

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN UMKM DALAM MENGGUNAKAN
PRODUK PEMBIAYAAN
PERBANKAN SYARIAH DAN KONVENSIIONAL
(STUDI PADA UMKM KOTA MALANG)**

SKRIPSI

NIDA KHOIRUN NISA

145020501111009

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Meraih Derajat Sarjana Ekonomi



JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

2018

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan UMKM Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Perbankan Syariah dan Konvensional (Studi Pada UMKM Kota Malang)"

Yang disusun oleh :

Nama : Nida Khoirun Nisa
NIM : 145020501111009
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Jurusan : S-1 Ilmu Ekonomi
Program Studi: Ekonomi Islam

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 27 Juli 2018 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

1. Yenny Komitasari, SE., ME
NIP. 20150788 1001 2001
(Dosen Pembimbing)
2. Dr. Iswan Noor, SE., ME
NIP. 195907101983031008
(Dosen Penguji I)
3. Anas Budiharjo, SHI., MA
NIP. 2016078505091001
(Dosen Penguji II)

Malang, 2 Agustus 2018
Ketua Program Studi
Ekonomi Islam

Arief Hoetoro, SE., MT., Ph.D.
NIP. 197009221995121002

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN UMKM
DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN PERBANKAN SYARIAH
DAN KONVENSIIONAL (STUDI PADA UMKM KOTA MALANG)**

Yang disusun oleh :

Nama : Nida Khoirun Nisa
NIM : 145020501111009
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Jurusan : S-1 Ilmu Ekonomi
Program Studi: Ekonomi Islam

Disetujui untuk diajukan dalam Ujian Komprehensif.

Ketua Program Studi
Ekonomi Islam

Arif Hoetoro, SE., MT., Ph.D
NIP 197009221995121002

Malang, 17 Juli 2018
Mengetahui,

Dosen Pembimbing,



Yenny Kornitasari, SE., ME.
NIP 2015078810012001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **Nida Khoirun Nisa**
Tempat, tanggal lahir : **Blitar, 14 September 1995**
NIM : **145020501111009**
Jurusan : **S1 Ilmu Ekonomi**
Konsentrasi : **Ekonomi Islam**
Alamat : **Jalan Kumis Kucing No. 3**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa SKRIPSI yang berjudul :

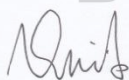
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN UMKM DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN PERBANKAN SYARIAH DAN KONVENSIONAL (STUDI PADA UMKM KOTA MALANG)

yang saya tulis adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat atau saduran dari Skripsi orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabutnya predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,



Yenny Kornitasari, SE., ME.
NIP. 2015078810012001

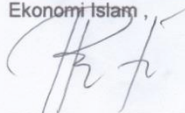
Malang, 17 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,



Nida Khoirun Nisa
NIM. 145020501111009

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ekonomi Islam,



Arif Hoetoro, SE., MT., Ph.D.
NIP. 197009221995121002

RIWAYAT HIDUP

Nama : Nida Khoirun Nisa
Tempat dan tanggal lahir : Blitar, 14 September 1995
Jenis kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat asal : Dusun Koripan RT 03/11, Desa Banggle,
Kec. Kanigoro, Blitar
Nomor telepon/hp : 082225489919
Alamat email : nida.khoirun14@gmail.com

Riwayat pendidikan

- a. S1 : S1 Universitas Brawijaya Malang 2014-2018
- b. SMA : SMAN 2 Blitar 2011-2014
- c. SMP : SMPN 3 Blitar 2008-2011
- d. SD : SDN Banggle 2 2002-2008

Pengalaman Kepanitiaan

- a. 2016 : Staff Divisi Konsumsi Katulistiwa 8
- b. 2016 : Staff Divisi Humas FKB
- c. 2015 : Staff Divisi Konsumsi Katulistiwa 7
- d. 2015 : Staff Divisi Korlap Olimpiade Brawijaya

Pengalaman organisasi

2015-2016 : Staff Divisi Kewirausahaan LSME FEB UB

Volunteer

2017 : KKN Kebangsaan Gorontalo 2017

MOTTO

*“Berusaha Merubah Apa Yang Bisa Dirubah,
Menerima Apa Yang Tidak Bisa Dirubah”*

*“Bukan Tentang Hasil atau Keberhasilan, Karena Hasil Sepenuhnya Miliki Allah
Melainkan Bagaimana Merayu Yang Kuasa Untuk Memberikan Hasil yang
Diinginkan dengan Kerja Keras dan Doa”*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang tak pernah henti melimpahkan rahmat-Nya bagi seluruh alam. Sholawat serta salam senantiasa tercurah limpahkan kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW, keluarga, juga para sahabat serta seluruh umat beliau hingga akhir zaman.

Atas berkat rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan UMKM Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Perbankan Syariah Dan Konvensional (Studi Pada UMKM Kota Malang).**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam mencapai derajat Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Penulis menyadari bahwa selesainya penyusunan skripsi ini disebabkan dukungan dari banyak pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan pertolongan-Nya atas terselesaikannya skripsi ini.
2. Bapak Supriadi dan Ibu Anjarwati serta kakak Ilham Rabbani yang telah memberikan do'a serta dukungan yang tak henti-hentinya kepada penulis.
3. Bapak Drs. Nurkholis, M.Buss., Ak., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
4. Bapak Dr. Rer. Pol. Wildan Syafitri, SE., ME. selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

5. Bapak Arif Hoetoro, SE., MT., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
6. Ibu Yenny Kornitasari SE., ME. selaku dosen pembimbing yang dengan sangat sabar memberikan nasehat, petunjuk, serta arahan yang bermanfaat dalam membimbing penulis hingga menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Dr. Iswan noor, SE., ME. dan Bapak Anas Budiharjo, SHI., MA. Selaku dosen penguji I dan II yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun dalam penulisan skripsi.
8. Teman-teman dekat penulis yang senantiasa memberikan bantuan, dukungan, dan motivasi kepada penulis.
9. Semua teman-teman seperjuangan Ekonomi Islam angkatan 2014 dan seluruh pihak yang telah membantu penulis.
10. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung ikut membantu dan mendukung dalam penulisan skripsi ini.

Semoga semua pihak yang telah berjasa dalam penulisan skripsi ini mendapat pahala yang melimpah dari Allah SWT dan menjadi amal jariyah bagi mereka. Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi penulis dan pembaca.

Blitar, 30 Agustus 2018

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	I
LEMBAR PERSETUJUAN.....	II
SURAT PERNYATAAN.....	III
RIWAYAT HIDUP	IV
MOTTO.....	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR LAMPIRAN	XII
ABSTRAK	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
ABSTRACT	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
BAB I PENDAHULUAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
1.1 Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
2.1 Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Finansial.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Keuangan	Error! Bookmark not defined.
2.3 Perbankan dan Perannya Dalam Pengembangan UMKM.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Bank Konvensional : Kredit Untuk UMKM...	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Perbankan Syariah : Definisi, Prinsip, dan Produk Pembiayaan	Error! Bookmark not defined.
2.3.3 Perbedaan Pembiayaan Bank Syariah dan Bank Konvensional	Error! Bookmark not defined.
2.4 UMKM di Indonesia.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.1 Karakteristik UMKM	Error! Bookmark not defined.
2.4.2 Peran UMKM Bagi Perekonomian Nasional	Error! Bookmark not defined.
2.4.3 Permasalahan Yang Dihadapi UMKM.....	Error! Bookmark not defined.
2.5 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.5 Kerangka Pikir	Error! Bookmark not defined.



2.6	Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.		
3.1	Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.4	Populasi Dan Penentuan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.5	Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Data Primer	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Data Sekunder.....	Error! Bookmark not defined.
3.6	Metode Analisis	Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Pengujian Instrumen Penelitian ...	Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.. ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.		
4.1	Gambaran Umum Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Kondisi Geografi Kota Malang	Error! Bookmark not defined.
4.2	Gambaran Umum Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Usia ..	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Usaha	Error! Bookmark not defined.
4.2.4	Deskripsi Karakteristik Pemilihan Bank.....	Error! Bookmark not defined.
4.3	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	Error! Bookmark not defined.
4.4	Uji Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.4.1	Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.5	Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.1	Uji Multikolinearitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.2	Uji Kelayakan Model Regresi	Error! Bookmark not defined.
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi (<i>Nagelkerke R Square</i>).....	Error! Bookmark not defined.
4.5.4	Uji Tabel Klasifikasi.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.5	Uji Keseluruhan Model.....	Error! Bookmark not defined.

4.5.6 Uji Parsial	Error! Bookmark not defined.
4.6 <i>Independent t-Test</i>	Error! Bookmark not defined.
4.7 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V_KESIMPULAN DAN SARAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
DAFTAR PUSTAKA.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
LAMPIRAN.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 :	Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil	25
Tabel 2.3 :	Perbedaan Kredit Pada Bank Konvensional Dengan Musyarakah Pada Bank Syariah.....	27
Tabel 2.4 :	Karakteristik UMKM dan Usaha Besar Ukuran	31
Tabel 2.5 :	Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 :	Definisi Operasional dan Indikator Variabel	45
Tabel 3.2 :	Skala <i>Linkert</i>	50
Tabel 4.1 :	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	60
Tabel 4.2 :	Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan	61
Tabel 4.3 :	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Usaha	61
Tabel 4.4 :	Gambaran Responden pemilihan bank	62
Tabel 4.5 :	Distribusi Jawaban Responden	63
Tabel 4.6 :	Hasil Uji Validitas Variabel	65
Tabel 4.7 :	Hasil Uji Reliabilitas Variabel	67
Tabel 4.8 :	Hasil Uji Multikolonearitas	68
Tabel 4.9 :	Hasil Uji <i>Hosmer</i> Dan <i>Lameshow</i>	68
Tabel 4.10 :	Hasil Koefisien Determinasi	69
Tabel 4.11 :	Hasil Prediksi Model	69
Tabel 4.12:	Hasil Uji Omnibus	70
Tabel 4.13 :	Hasil Uji Parsial	71
Tabel 4.14 :	Hasil <i>Independent t-Test</i>	73

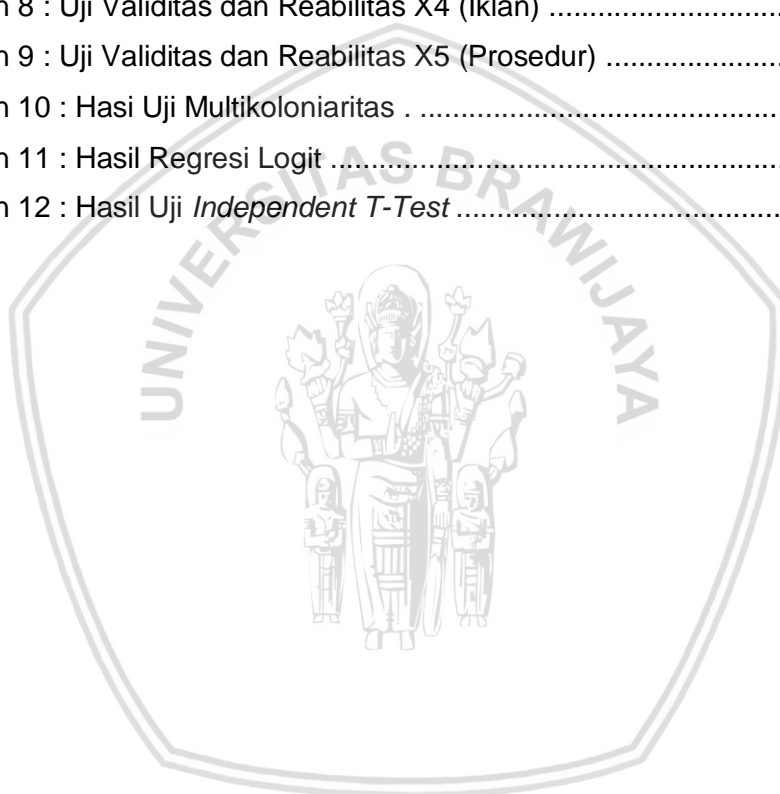
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pembelian Calon Nasabah	12
Gambar 2.2 : Kerangka Pikir	40
Gambar 4.1 : Pembagian Administratif Kota Malang	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Quisioner Penelitian Bank Konvensional	92
Lampiran 2 : Quisioner Penelitian Bank Syariah	94
Lampiran 3 : Tabulasi Kuisisioner	96
Lampiran 4 : Hasil <i>MSI</i>	100
Lampiran 5 : Uji Validitas dan Reabilitas X1 (Produk)	104
Lampiran 6 : Uji Validitas dan Reabilitas X2 (Pengetahuan)	105
Lampiran 7 : Uji Validitas dan Reabilitas X3 (Jarak)	106
Lampiran 8 : Uji Validitas dan Reabilitas X4 (Iklan)	107
Lampiran 9 : Uji Validitas dan Reabilitas X5 (Prosedur)	108
Lampiran 10 : Hasi Uji Multikoloniaritas	109
Lampiran 11 : Hasil Regresi Logit	110
Lampiran 12 : Hasil Uji <i>Independent T-Test</i>	111



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu tujuan ekonomi yang ingin dicapai suatu negara adalah pembangunan ekonomi. Tujuan dari pembangunan ekonomi sendiri pada dasarnya adalah keadilan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Untuk mencapai hal tersebut bisa dilakukan melalui strategi pemberdayaan masyarakat salah satunya melalui Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Hapsari, dkk., 2014). Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM dijelaskan sebagai sebuah perusahaan yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. Selain itu, UMKM dikatakan sebagai salah satu bentuk ekonomi kerakyatan dan kemandirian masyarakat (Prasetya, 2007).

Dikatakan sebagai ekonomi kerakyatan karena UMKM menyentuh seluruh lapisan masyarakat terutama masyarakat menengah kebawah. Sedangkan ekonomi kerakyatan sendiri merupakan suatu sistem yang mengikutsertakan seluruh masyarakat dalam proses pembangunan sebagai penggerak ekonomi (Alyas dan Rakib, 2017). Sedangkan bentuk kemandirian masyarakat yang terlihat dari UMKM adalah dengan penggunaan bahan baku lokal. Penggunaan bahan baku lokal membuat masyarakat tidak bergantung pada bahan impor yang pada akhirnya akan membantu perekonomian nasional lebih stabil dan tidak mudah terpengaruh ekonomi global. Sehingga, UMKM adalah sektor riil yang bergerak di masyarakat menengah kebawah yang berarti juga memberdayakan seluruh lapisan masyarakat yang mempunyai peran penting dalam perekonomian.

Peran UMKM di struktur perekonomian terlihat ketika UMKM mampu mengurangi kemiskinan melalui penyediaan lapangan kerja. Dalam hal ini, peningkatan permintaan tenaga kerja akan memperluas kesempatan kerja dan akan mendorong tingkat pendapat masyarakat. Peningkatan pendapatan pada akhirnya diharapkan bisa mengurangi tingkat kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan (Prasetya, 2007). Data Laporan Kementrian Koperasi dan UMKM (2015) menunjukkan pada tahun 2014 penyerapan tenaga kerja UMKM sebanyak 114.144.082 orang. Sedangkan pada tahun 2013 usaha besar menyerap 3.537.162 orang. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM mampu menyerap tenaga kerja jauh lebih baik dari usaha besar.

Dengan eksistensi UMKM dalam pembangunan perekonomian, pemerintah terus berupaya untuk mendukung UMKM. Salah satunya melalui program pembiayaan untuk meningkatkan kapasitas produksi UMKM yaitu melalui regulasi kredit khusus untuk UMKM. Pada dasarnya pilihan sumber modal usaha berasal dari berbagai pihak baik formal maupun informal. Permodalan informal yang paling umum berupa modal pribadi atau lembaga keuangan informal berupa rentenir, ijon, paguyuban, dan lain-lain. Sedangkan modal formal berupa modal yang berasal dari lembaga keuangan formal berupa modal perbankan, pegadaian, BPR dan lain-lain. Dari kedua preferensi sumber pembiayaan yang dimiliki pelaku UMKM, 79% diantaranya memilih menggunakan perbankan sebagai sumber permodalan (LIPI & BI 2015). Apabila melihat hal itu, perbankan harusnya memberikan akses lebih kepada UMKM untuk mengakses pembiayaan di lembaga perbankan. Namun, realisasi kredit yang diberikan perbankan kepada UMKM masih tergolong kecil dibandingkan usaha besar.

Data laporan tahunan Bank Indonesia 2016 menyebutkan total kredit yang diberikan kepada UMKM pada tahun 2016 sebesar Rp857 triliun. Jumlah itu

hanya 19,4% dari total kredit perbankan nasional. Sedangkan berdasarkan jumlah rekening kredit UMKM pada tahun 2015 hanya sekitar 20,6% UMKM yang memiliki akses pembiayaan perbankan dan pada 2016 meningkat menjadi 23,1% (BI, 2016). Dari data tersebut, terlihat bahwa masih banyak UMKM yang belum tersentuh oleh perbankan atau belum *bankable*. Penyebabnya bermacam-macam, baik secara *financial* maupun *non financial*. Secara finansial, permasalahan yang dihadapi UMKM diantaranya kurangnya kesesuaian antara dana yang tersedia yang dapat diakses UMKM, tidak adanya pendekatan yang sistematis dalam pendanaan UMKM, biaya transaksi yang tinggi, dan kurangnya akses ke sumber dana formal (Hapsari, 2014).

Saat ini dalam menggunakan pembiayaan perbankan, UMKM memiliki pilihan menggunakan perbankan syariah atau perbankan konvensional. Berdasarkan UU Nomer 10 Tahun 1998, bank di Indonesia bisa beroperasi dengan sistem syariah disamping bank konvensional yang berbasis bunga. Bank syariah dan bank konvensional memiliki beberapa perbedaan. Salah satu perbedaan yang paling mendasar adalah bank syariah menggunakan konsep bagi hasil sedangkan bank konvensional menggunakan bunga (Rahmanti, 2013). Dalam sistem bagi hasil yang digunakan bank syariah, tidak dikenal istilah debitur dan kreditur melainkan menggunakan istilah pemilik modal (*shahibul al-maal*) dan pengelola usaha (*mudharib*) (Karim, 2016). Sehingga hubungan antara nasabah pembiayaan dan bank berupa perjanjian kerja sama. Selain bagi hasil, perbankan syariah juga menggunakan prinsip jual beli dan sewa tanpa menggunakan bunga untuk memperoleh keuntungan dan berdasarkan pada perjanjian antara bank dan nasabah.

Keputusan pelaku UMKM dalam menggunakan produk pembiayaan menjadi hal yang cukup diperhatikan perbankan untuk menarik minat pelaku usaha. Terutama ketika BI mengeluarkan peraturan Bank Indonesia nomor 14

tahun 2012 yang telah diubah ke dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 17 tahun 2015 mengatur tentang batas minimum pemberian kredit oleh bank umum kepada UMKM dalam rangka pengembangan UMKM. Dalam peraturan tersebut, batas minimum pemberian kredit kepada UMKM adalah 20% yang dihitung berdasarkan rasio kredit atau pembiayaan UMKM terhadap total kredit atau pembiayaan. Dengan adanya peraturan tersebut, perbankan tentu akan berusaha untuk menarik nasabah guna mencapai target realisasi pembiayaan mikronya. Salah satunya dengan memahami karakteristik dan kebutuhan UMKM.

Sebelum memutuskan untuk menggunakan pembiayaan, nasabah tentu akan mengevaluasi pilihan-pilihan pembiayaan yang ditawarkan oleh bank. Menurut Amirullah (2002), pengambilan keputusan dapat diartikan sebagai suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Dalam konteks perilaku konsumen, maka pengambilan keputusan konsumen dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Alfansi (2010) membagi pengambilan keputusan konsumen kedalam 3 tahap sederhana dalam konteks pemasaran jasa financial. Yaitu, pencarian informasi prapembeli, evaluasi alternatif dan konsumsi, dan perilaku pascapembelian. Alternatif pilihan tergantung kemampuan konsumen dalam melakukan pencarian informasi pada tahap pra pembeli. Tahap pra pembeli sangat dipengaruhi oleh berbagai sumber diantaranya dipengaruhi stimulus pemasaran, faktor legal, dan faktor individual. Dalam stimulus pemasaran, terdapat *marketing stimulus* yang berupa *product, price, place dan promotion* (Kloter dalam Hasan, 2010). Pengumpulan informasi juga dipengaruhi oleh akses

informasi yang didapat oleh konsumen. Teman, keluarga, iklan, pedagang, pameran, fatwa MUI, menjadi sumber-sumber informasi yang dapat digunakan oleh konsumen (Hassan, 2010). Akses-akses informasi tersebut yang pada akhirnya akan membentuk suatu pengetahuan konsumen akan suatu produk dan mempengaruhi pilihan dari berbagai alternatif-alternatif yang tersedia.

Sejalan dengan penelitian ini, beberapa penelitian telah dilakukan seperti penelitian yang dilakukan oleh Sari (2014) dan Magnadi (2015). Sari (2014), meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam pengambilan kredit. Variabel dalam penelitian ini adalah tingkat suku bunga, pelayanan, prosedur penyaluran kredit, jangka waktu pengembalian, dan jaminan. Hasilnya : *pertama*, secara bersama-sama variabel berpengaruh positif dan signifikan. *Kedua*, variabel tingkat suku bunga, pelayanan, jangka waktu pengembalian dan jaminan berpengaruh positif dan signifikan. *Ketiga*, variabel prosedur penyaluran kredit tidak berpengaruh signifikan. *Keempat*, jangka waktu kredit memiliki pengaruh paling dominan.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Jatun dan Magnadi (2015) juga meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan. Perbedaan kedua penelitian ini adalah penggunaan variabel yang berbeda. Penelitian Jatun dan Magnadi menggunakan variabel pengetahuan produk, aktivitas promosi, dan religuitas. Perbedaan kedua adalah dari sisi responden. Penelitian Sari dilakukan pada nasabah kredit bank konvensional, sedangkan penelitian Jatun dan Magnadi dilakukan di keuangan syariah.

Penelitian yang penulis lakukan sedikit berbeda dengan dua penelitian sebelumnya dari sisi responden. Apabila responden kedua penelitian sebelumnya menggunakan nasabah yang secara khusus menggunakan perbankan syariah atau konvensional secara terpisah, dalam penelitian ini

responden yang digunakan adalah seluruh nasabah yang memiliki UMKM bank baik konvensional maupun syariah di Kota Malang. Dilihat dari sisi tujuannya, penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan. Dengan keadaan Kota Malang yang memiliki daya tarik dari sisi pendidikan dan wisata, Malang menjadi kota yang banyak dikunjungi pendatang maupun wisatawan. Hal itu, diharapkan akan menjadi peluang UMKM untuk mengembangkan usahanya. Selain itu, kontribusi UMKM di Kota Malang juga cukup tinggi. Selain itu, posisi UMKM di Kota Malang cukup dominan dibandingkan usaha besar, yaitu 96,49% usaha yang ada di Malang merupakan UMKM. Dari sisi penyerapan tenaga kerja, UMKM juga masih unggul dibandingkan usaha besar. 59,92% pekerja di Malang bekerja di UMKM sedangkan 40,08 pekerja lainnya berada di usaha besar (BPS Malang, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM di Kota Malang mampu menyerap tenaga kerja lebih baik dibandingkan usaha besar.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN UMKM DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN PERBANKAN SYARIAH DAN KONVENSIONAL (STUDI PADA UMKM KOTA MALANG)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diajukan oleh peneliti adalah:

1. Apakah variabel produk, pengetahuan, jarak, iklan dan prosedur berpengaruh terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan?
2. Apakah terdapat perbedaan variabel produk, pengetahuan, jarak, iklan dan prosedur terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan bank syariah atau bank konvensional?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh variabel produk, pengetahuan, jarak, iklan dan prosedur terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan perbankan.
2. Mengetahui perbedaan variabel produk, pengetahuan, jarak, iklan dan prosedur terhadap keputusan pembiayaan UMKM di perbankan syariah dan perbankan konvensional

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi lembaga keuangan khususnya perbankan, penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai kecenderungan dan pola keinginan UMKM Kota Malang dalam menggunakan pembiayaan. Sehingga diharapkan penelitian dapat menjadi masukan bagi perbankan.
2. Bagi akademisi, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Finansial

Teori perilaku konsumen, yang biasanya disebut teori konsumen, mencoba menerangkan perilaku konsumen dalam membelanjakan pendapatannya untuk memperoleh alat-alat pemuas kebutuhan, yang dapat berupa barang-barang konsumsi ataupun jasa-jasa konsumsi (Reksoprayitno, 2011). Konsumen merupakan pembeli barang-barang yang dihasilkan oleh produsen/perusahaan. Permintaan dari konsumen akan menentukan barang seperti apa yang harus dihasilkan dan berapa jumlahnya serta berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi barang tersebut dan pada tingkat harga berapa barang tersebut harus dijual.

Pindyck dan Rubinfeld (2012) berpendapat bahwa untuk memahami perilaku konsumen terdapat tiga langkah sebagai berikut :

1. Preferensi / selera : Seseorang dalam menentukan pilihan untuk menggunakan barang dan jasa tentu atas berbagai pertimbangan, maka dari itu teori perilaku konsumen mencoba untuk menggambarkan alasan seseorang memilih satu produk daripada produk lainnya (preferensi terhadap suatu barang).
2. Kendala anggaran : Seperti yang telah dijabarkan sebelumnya bahwa seseorang dalam menentukan pilihan untuk menggunakan/memperoleh barang dan jasa atas berbagai pertimbangan salah satunya ialah harga. Pada langkah ini batas pendapatan sehingga ia tidak dapat membeli dengan kualitas yang banyak
3. Pilihan konsumen : Dengan adanya preferensi dan pendapatan yang terbatas, seseorang (konsumen) memilih untuk membeli atau menggunakan

barang dan jasa guna memaksimalkan kepuasan tetapi pada berbagai pertimbangan diantaranya selera dan harga atas barang dan jasa tersebut.

Menurut Khusaini (2013) terdapat beberapa asumsi yang mendasari teori konsumen, salah satunya teori rasionalitas. Asumsi rasionalitas dalam teori konsumen terwujud dalam bentuk asumsi bahwa konsumen senantiasa berusaha menggunakan pendapatannya, yang jumlahnya terbatas untuk memperoleh kombinasi barang-barang dan jasa-jasa konsumsi yang menurut perkiraannya akan mendatangkan kepuasan maksimum. Disamping asumsi rasionalitas, teori konsumen juga menggunakan asumsi-asumsi umum lainnya, seperti pengetahuan yang sempurna. Asumsi ini memiliki arti bahwa konsumen memiliki pengetahuan macam-macam barang-barang dan jasa-jasa konsumsi yang tersedia di pasar, harga masing-masing barang dan jasa-jasa tersebut, besarnya pendapatan yang ia peroleh, juga cita rasa yang ia miliki.

Dalam penelitian ini, konsumen yang dimaksud adalah nasabah pembiayaan. Asumsi rasionalitas yang dipahami menggunakan teori perilaku konsumen oleh Pindyck dan Rubinfeld (2012) digunakan untuk memahami perilaku nasabah dalam menggunakan pembiayaan. Yaitu, nasabah memilih pembiayaan yang sesuai dengan kemampuan pengembalian pembiayaannya. Dengan keterbatasan yang dimiliki nasabah, nasabah juga berupaya untuk memaksimalkan kepuasan dengan memperoleh fasilitas-fasilitas pembiayaan secara maksimal.

Teori perilaku konsumen biasa digunakan perusahaan untuk memahami karakteristik maupun kebutuhan konsumen. Dalam hal ini, Perilaku konsumen bisa diartikan sebagai respon psikologis yang kompleks yang muncul dalam bentuk perilaku-perilaku tindakan yang khas secara perseorangan yang langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan produk, dan menentukan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian produk, termasuk

dalam pembelian ulang (Hasan, 2010). Dengan memahami perilaku konsumen, sebuah perusahaan dapat menciptakan produk dengan tepat sesuai dengan konsumen.

Produk yang digunakan dikonsumsi oleh konsumen tidak hanya produk dengan bentuk fisik melainkan juga produk tidak berbentuk seperti produk jasa. Produk jasa tidak dapat dipegang, dirasakan atau dicicipi seperti produk manufaktur, namun keberadaan mampu dirasakan oleh konsumen. Industri finansial merupakan salah satu bentuk dari produk jasa. Karakteristik dari jasa, seperti tidak berwujud, tidak terpisahkan dalam produksi dan konsumsi, beragam, dan tidak dapat disimpan perlu diketahui oleh perusahaan dalam hal ini bank, sebagai implikasi terhadap proses evaluasi konsumen (Alfansi, 2010).

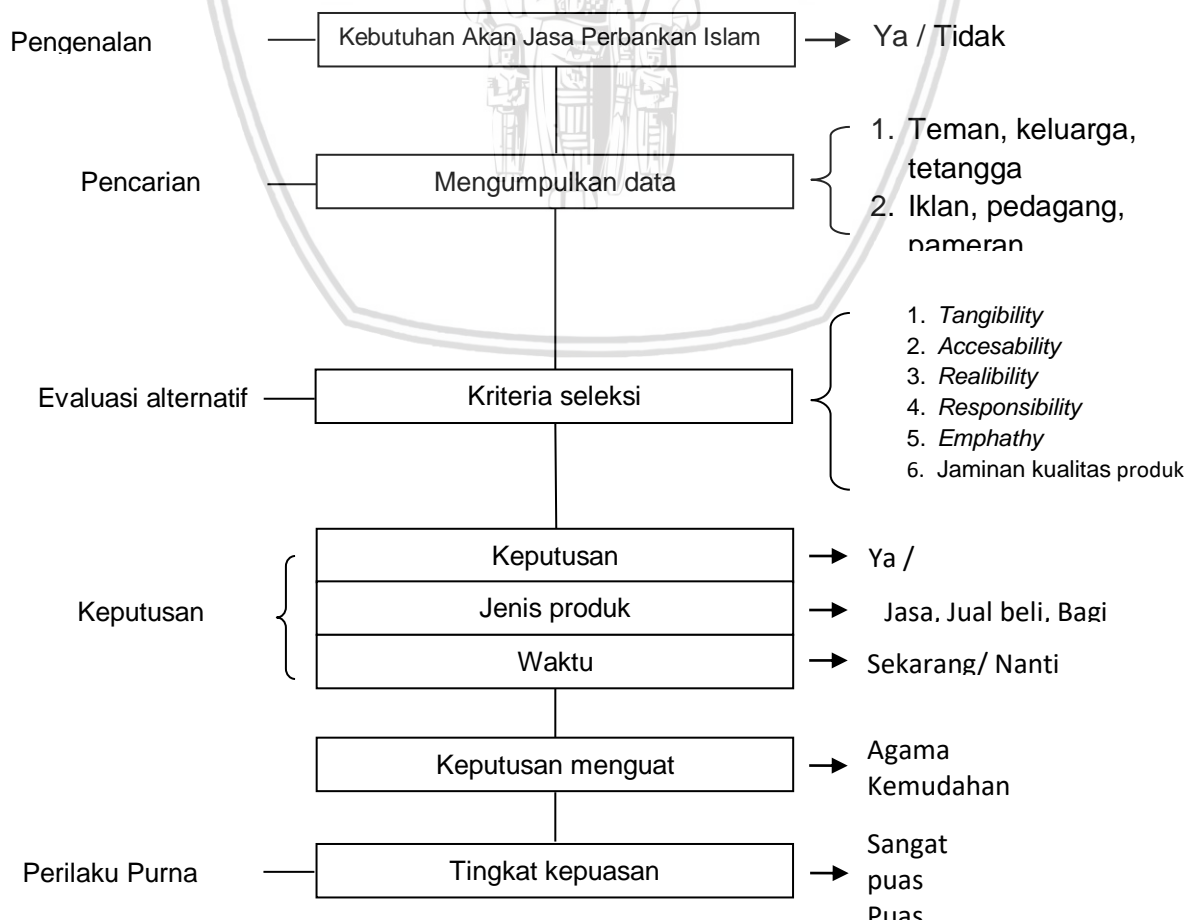
2.2 Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Keuangan

Menurut Amirullah (2002), pengambilan keputusan dapat diartikan sebagai suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Dalam konteks perilaku konsumen, maka pengambilan keputusan konsumen dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Definisi ini ingin menegaskan bahwa suatu keputusan tidak harus memilih satu dari sejumlah alternatif, tetapi keputusan harus didasarkan pada relevansi antara masalah dan tujuannya.

Proses pengambilan keputusan konsumen merupakan sebuah proses yang dilakukan konsumen mulai dari mengidentifikasi kebutuhan, mencari produk, menentukan produk, hingga persepsi konsumen mengenai produk yang

mereka pilih. Terdapat beberapa model dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Hasan (2010) secara khusus merinci proses pembelian calon nasabah perbankan kedalam 5 tahap. Keputusan pembelian dimulai dari identifikasi kebutuhan akan jasa perbankan Islam hingga tingkat kepuasan, seperti pada gambar 2.1. Setelah mengetahui kebutuhan, selanjutnya proses mengumpulkan data. Pengumpulan data bisa melalui teman, keluarga, tetangga ataupun iklan yang dilakukan bank. Proses berlanjut mengevaluasi pilihan-pilihan yang dimiliki berdasarkan keadaan secara fisik yang dimiliki perbankan. Setelah mengevaluasi, nasabah akan berada pada tahap dimana harus menentukan produk bank mana yang akan digunakan. Proses terakhir merupakan proses identifikasi tingkat kepuasan nasabah terhadap produk maupun pelayanan bank.

Gambar 2.1 Proses Pembelian Calon Nasabah



Sumber : Hasan, 2010

Sedangkan Alfansi (2010), membagi proses tersebut kedalam 3 tahap. Yaitu pencarian informasi prapembeli, evaluasi alternatif dan prapembeli, dan perilaku pascapembelian. Tahap *Pertama*, pencarian informasi prapembeli. Konsumen mengumpulkan informasi dari berbagai sumber untuk memperoleh informasi mengenai produk jasa yang akan digunakan. Pencarian informasi dipengaruhi faktor internal dan eksternal. Faktor internal dipengaruhi oleh pengalaman, apabila konsumen belum memiliki pengalaman tentang produk tersebut, maka menggunakan sumber informasi lain untuk mengetahui produk yang diinginkan. Sehingga dalam tahap ini, pengetahuan konsumen sangat berpengaruh terhadap pembentukan persepsi atas suatu produk.

Tahap *Kedua*, evaluasi alternatif dan konsumsi. Dari informasi yang telah terkumpul konsumen mengembangkannya menjadi daftar pilihan produk yang akan dibandingkan antara produk satu dengan yang lainnya. Keputusan yang akhirnya diambil diasumsikan merupakan keputusan terbaik yang memenuhi kebutuhan dan kriteria konsumen.

Tahap *Ketiga*, perilaku pasca pembeli. Pada tahap ketiga, perilaku konsumen lebih ditekankan pada evaluasi konsumen terhadap produk yang telah dikonsumsi. Perilaku konsumen pascapembelian dapat dilihat dari tingkat kepuasan nasabah, kepercayaan pada merek, perilaku keluhan, perilaku perpindahan merek, dan kesetiaan pelanggan.

Berdasarkan landasan teori tersebut, penelitian ini mengambil beberapa variabel yang mungkin akan mempengaruhi keputusan UMKM dalam menggunakan jasa perbankan syariah dan konvensional. Variabel yang akan digunakan adalah produk, pengetahuan, jarak, iklan, dan prosedur. Variabel tersebut juga telah digunakan oleh penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Jatun dan Magnadi (2015) dengan variabel pengetahuan, aktivitas promosi, dan regulasi. Hasilnya, variabel-variabel tersebut berpengaruh positif

terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan. Selain itu, penelitian serupa yang dilakukan oleh Fitri Ratna Sari dengan variabel Fitri Ratna Sari suku bunga, pelayanan, prosedur penyaluran, jangka waktu, dan jaminan. Hasilnya variabel tingkat suku bunga, pelayanan, jangka waktu pengembalian dan jaminan berpengaruh positif dan signifikan variabel prosedur penyaluran kredit tidak signifikan berpengaruh jangka waktu kredit memiliki pengaruh paling dominan.

2.3 Perbankan dan Perannya Dalam Pengembangan UMKM

Definisi perbankan menurut Undang Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan pada bab 1 dan pasal 1 serta ayat 2 dalam Fahmi, 2015 dijelaskan bahwa, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Adapun pada ayat 1 dijelaskan tentang definisi perbankan, perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Menurut Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 792 tahun 1990 tentang “lembaga keuangan” (dalam Rivai dan Arifin, 2010), lembaga keuangan diberi batasan sebagai semua badan yang kegiatannya di bidang keuangan, melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan. Peran bank dan lembaga keuangan bukan bank :

- a. Pengalihan aset dalam hal ini bank dan lembaga keuangan bukan bank telah berperan sebagai pengalih aset yang likuid dari unit surplus kepada unit defisit

- b. Transaksi : bank dan lembaga bukan bank memberikan berbagai kemudahan kepada ekonomi untuk melakukan transaksi barang dan jasa.
- c. Likuiditas : unit surplus dapat menempatkan dana yang dimilikinya dalam bentuk produk-produk berupa giro, tabungan, deposito, dan lain sebagainya. Produk-produk tersebut masing-masing mempunyai tingkat likuiditas yang berbeda-beda.
- d. Efisiensi : bank dan lembaga keuangan bukan bank dapat menurunkan biaya transaksi dengan jangkauan pelayanan.

Sebagaimana yang telah diungkapkan sebelumnya, permasalahan permodalan yang dihadapi memang cukup kompleks . Namun, pemerintah terus berupaya untuk menyelesaikannya dengan program-program untuk pengembangan UMKM. Salah satunya memberikan bantuan bagi UMKM untuk mendapatkan fasilitas pinjaman dari perbankan. Sebagaimana pendapat Sri Winarni dalam Lestari (2013) bahwa strategi pengembangan UMKM di Indonesia adalah melalui peningkatan aksesibilitas kredit perbankan. Wujud nyata dari peran bank untuk UMKM adalah dengan adanya KUR (Kredit Usaha Rakyat) sebagai bentuk penyaluran kredit bagi UMKM.

KUR dapat disalurkan dalam bentuk Kredit Modal Kerja atau Kredit investasi dengan plafon kredit sampai dengan Rp. 500.000.000 (lima ratus) rupiah yang diberikan kepada UMKM dan koperasi yang memiliki usaha produktif. Tujuan dari kredit Usaha Rakyat, antara lain (Santoso dan Nuritomo, 2014):

- a. Meningkatkan akses pembiayaan UMKM dan Koperasi
- b. Pembelajaran UMKM untuk menjadi debitur yang *bankable* sehingga dapat dilayani sesuai dengan ketentuan komersial perbankan pada umumnya
- c. Diharapkan usaha yang dibiayai dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan.

Peran bank cukup signifikan bagi UMKM, maka sudah selayaknya bank memberikan kredit yang intensif bagi UMKM. Pemerintah pun juga memberikan himbauan dan aturan mengenai kredit khusus bank. Peraturan tersebut berupa peraturan batas minimum peyaluran kredit bagi UMKM. Berdasarkan nomor 14 tahun 2012 yang telah diubah ke dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 17 tahun 2015 mengatur tentang batas minimum pemberian kredit oleh bank umum kepada UMKM dalam rangka pengembangan UMKM. Dalam peraturan tersebut, batas minimum pemberian kredit kepada UMKM adalah 20% yang dihitung berdasarkan rasio kredit atau pembiayaan UMKM terhadap total kredit atau pembiayaan. Dalam aturan ini, sanksi juga berlaku bagi bank yang tidak bisa memenuhi batas minimal penyaluran kredit kepada UMKM. Sanksi yang dikenakan adalah pengurangan jasa giro bagi bank umum. Sedangkan intensif diberikan jika bank memenuhi kewajiban tersebut (Nisa, 2016). Sehingga bank akan berusaha untuk memenuhi target tersebut.

2.3.1 Bank Konvensional : Kredit Untuk UMKM

Bank konvensional merupakan bank dengan sistem bunga. Disebut perbankan konvensional karena jenis perbankan ini sudah ada lebih dahulu ketimbang perbankan syariah. Bank konvensional menggunakan bunga sebagai sistemnya sedangkan bank syariah menggunakan prinsip syariah. Pada dasarnya tujuan maupun fungsi dari bank itu sendiri sama, yaitu sebagai lembaga intermediasi.

Bunga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar oleh bank atau nasabah sebagai balas jasa atas transaksi antara bank dan nasabah. Terdapat dua harga yang ada dalam perbankan yaitu harga jual dan harga beli (Ismail, 2013). Ketika terjadi transaksi kredit, harga yang berlaku adalah harga jual. Artinya, nasabah menjadi pihak yang harus membayarkan bunga sebagai balas

jasa yang diberikan kepada bank. Bunga menjadi komponen utama perbankan konvensional dalam memperoleh keuntungan. Sehingga dalam setiap produk bank konvensional terdapat unsur bunga di dalam.

Produk perbankan konvensional memiliki berbagai produk jasa mulai dari penghimpunan dana, penyaluran dana, dan jasa lain. Istilah pembiayaan dalam perbankan konvensional sering disebut dengan kredit atau pinjaman. Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 20 tahun 1998, kredit adalah penyedia uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi utang setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

Berdasarkan pada pengertian-pengertian diatas dapat diketahui bahwa transaksi kredit timbul sebagai akibat suatu pihak meminjam kepada pihak lain, baik itu berupa uang, barang dan sebagainya yang dapat menimbulkan tagihan bagi kreditur. Hal lain yang dapat menimbulkan transaksi kredit yaitu berupa kegiatan jual beli dimana pembayarannya akan ditangguhkan dalam suatu jangka waktu tertentu baik sebagian maupun seluruhnya. Kegiatan transaksi kredit tersebut diatas akan mendatangkan piutang atau tagihan bagi kreditur serta mendatangkan kewajiban untuk membayar bagi debitur. Dari berbagai macam pengertian diatas, maka Kredit UMKM adalah kegiatan pinjam meminjam antar orang- perorang atau badan usaha atau badan hukum tertentu di level Usaha Kecil, Menengah dan Mikro yang cakap melakukan perbuatan hukum dengan dasar prinsip kepercayaan (Respatiningsih, 2011).

Secara khusus bank juga memiliki produk untuk UMKM. Kredit kepada usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan kredit dengan karakteristik yang berbeda dengan kredit usaha besar dan korporasi. Karakteristik kredit kepada UMKM secara umum adalah : (Kasmir, 2013)

1. Memerlukan persyaratan anggunan yang lebih lunak

UMKM biasanya akan mengalami kesulitan untuk menyerahkan agunan tambahan. Anggunan yang paling mungkin untuk dijadikan jaminan hanyalah agunan utama, atau objek yang dibiayai dengan fasilitas kredit. Agunan utama bukanlah agunan yang secara *secure* bagi pihak bank karena biasanya tidak dapat dipasarkan, nilainya tidak stabil, dan sulit sekali dikendalikan kepemilikannya.

2. Memerlukan metode monitoring kredit yang khusus

UMKM biasanya memiliki keterbatasan dalam kemampuan administratif, pencatatan, dan perenanaan. Sebagai contoh, keberadaan laporan keuangan adalah sesuatu yang jarang bisa ditemukan dalam usaha mikro. Hal-hal tersebut cenderung menyebabkan pihak bank perlu merancang suatu metode *monitoring* tersendiri yang tidak dapat disamakan dengan usaha skala menengah dan besar yang lebih terorganisir.

3. Cenderung memerlukan biaya pelayanan kredit yang relatif lebih tinggi

Kenyataan karakteristik pada butir 1 dan 2, pada akhirnya cenderung menimbulkan biaya pelayanan kredit per nilai kredit tersalur yang relatif lebih tinggi, demikian juga biaya kredit per debitur juga menjadi relatif lebih tinggi. Implikasi langsung dari kenaikan biaya rata-rata tersebut adalah kenaikan tingkat bunga (dan imbal jasa lain dari debitur kepada bank) yang harus dibayarkan oleh debitur.

4. Memerlukan persyaratan persetujuan kredit yang lebih sederhana

Akses informasi calon debitur yang kurang baik menyebabkan calon debitur sering kali kurang bisa menerima apabila proses persetujuan kredit dianggap terlalu rumit. Proses ini juga menjadi terasa terlalu rumit dan tidak efisien apabila dibandingkan besarnya dana pinjaman yang nantinya akan diperoleh oleh calon debitur. Apabila calon debitur memiliki tingkat pendidikan

yang rendah, proses kredit yang lengkap seperti yang biasa dikenakan pada nasabah menengah akan menjadi suatu kendala tersendiri bagi calon debitur. Salah satu cara yang biasanya ditempuh pihak bank untuk menyederhanakan proses ini adalah dengan merancang formulir aplikasi khusus bagi UMKM.

2.3.2 Perbankan Syariah : Definisi, Prinsip, dan Produk Pembiayaan

Menurut ketentuan yang tercantum di dalam peraturan Bank Indonesia nomor 2/8/PBI/2000, pasal I (dalam Rivai dan Arifin, 2010) bank syariah adalah bank umum sebagaimana dimaksud dalam undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan dan telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariat Islam, termasuk unit usaha syariah dan kantor cabang bank asing yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariat Islam.

Bank Islam adalah berdasarkan prinsip Islam dan tidak mengijinkan pembayaran dan penerimaan bunga tetapi pembagaian keuntungan. Bank Islam punya tujuan yang sama persis dengan bank konvensional kecuali bank Islam dijalankan dibawah hukum Islam. Karakteristik bank Islam yang terkenal adalah keadilan dan kesamaan melalui pembagian keuntungan dan kerugian dan melarang bunga. Prinsip bank Islam yaitu : melarang bunga, pembagian yang seimbang, uang sebagai modal yang potensial, melarang gharar, kontrak yang suci dan kegiatan syariah yang disetujui.

Dengan prosedur yang didasarkan hukum Islam tersebut, maka bentuk-bentuk pinjam-meminjam uang harus mengikuti ketentuan dalam al-quran dan hadis. Sebagai berikut (Rivai dan Arifin, 2010) :

1. Prinsip simpanan. Dalam prinsip simpanan ini dikenal dengan istilah *al-wadiah* yang maknanya adalah perjanjian antara pemilik barang (termasuk

- uang), dimana pihak penyimpan bersedia menyimpan dan menjaga keselamatan barang yang dititipkan kepadanya.
2. Prinsip bagi hasil. Dalam prinsip ini dikenal tiga istilah: *musyarah*, *mudharabah* dan *muzara'ah*.
 3. Prinsip pengembalian keuntungan, yang dapat disederhanakan dengan istilah jual beli, yaitu hak proses pemindahan hak milik barang atau aset dengan menggunakan uang sebagai media.
 4. Prinsip sewa (ijarah), perjanjian antara pemilik barang dengan penyewa yang memperbolehkan penyewa untuk memanfaatkan barang tersebut dengan membayar sewa sesuai dengan perjanjian kedua pihak.
 5. Prinsip pengambilan fee
 6. Prinsip biaya administrasi, yaitu perjanjian pinjam meminjam uang atau barang dengan tujuan untuk membantu penerima pinjaman. Penerima pinjaman wajib mengembalikan hutang-nya dalam jumlah yang sama dan apabila peminjaman tidak mampu mengembalikan pada waktunya maka peminjam tidak boleh dikenai sanksi.

Seperti bank pada umumnya, perbankan syariah memiliki produk penghimpunan dana, penyaluran dana, dan produk jasa lainnya. Penyaluran dana dalam bank Islam biasa disebut dengan pembiayaan. Selain itu, istilah akad juga sering digunakan dalam bank syariah. Akad dapat diartikan sebagai suatu pernyataan dari seseorang untuk mengerjakan atau tidak mengerjakan sesuatu, dan tidak ada sangkut-pautnya dengan kemampuan pihak lain. Pengertian akad juga ada dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 9/19/PBI/2007 tentang pelaksanaan jasa bank syariah. Akad adalah kesepakatan tertulis antara bank dengan nasabah dan/atau pihak lain yang memuat hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak sesuai dengan prinsip syariah (Umam dan Utomo, 2017).

Pembiayaan dalam perbankan syariah dibagi berdasarkan akad yang digunakan dalam produk tersebut. Akad-akad dalam perbankan syariah dibagi menjadi 3 yang akan menghasilkan produk-produk pembiayaan (Karim, 2016).

Yaitu :

1. Akad Berdasarkan Jual Beli

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda. Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual. Pada prinsip jual beli ini, menghasilkan produk :

- a. Pembiayaan murabahah

Murabahah berasal dari kata *ribhu* (keuntungan), adalah transaksi jual-beli dimana bank menyebut jumlah keuntungan. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (margin).

Kedua belah pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Dalam perbankan, murabahah selalu dilakukan dengan cara pembayaran cicilan. Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad, sementara pembayaran dilakukan secara tangguh/cicilan.

- b. Pembiayaan salam

Salam adalah transaksi jual beli dimana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai. Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah bertindak sebagai penjual. Sekilas transaksi ini mirip jual beli ijon,

namun dalam transaksi ini, kualitas, kuantitas, harga, dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti.

Dalam praktik perbankan, ketika barang telah diserahkan kepada bank, maka bank akan menjualnya kepada rekanan nasabah atau kepada nasabah itu sendiri secara tunai atau cicilan. Harga jual yang ditetapkan oleh bank adalah harga beli bank dari nasabah ditambah keuntungan. Dalam hal bank menjualnya secara tunai biasanya disebut pembiayaan talangan. Sedangkan dalam hal bank menjual secara cicilan, kedua pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran.

Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Umumnya transaksi ini diterapkan dalam pembiayaan barang yang belum ada seperti pembelian komoditi pertanian oleh bank untuk kemudian dijual kembali secara tunai atau secara cicilan.

c. Pembiayaan istishna'

Produk istishna' menyerupai produk salam, tapi dalam istishna' pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (termin) pembayaran. Skim istishna' dalam bank syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi.

Ketentuan umum pembiayaan istishna' adalah spesifikasi barang pesanan harus jelas seperti jenis, macam, ukuran, mutu dan jumlahnya. Harga jual yang telah disepakati dicantumkan dalam akad istishna' dan tidak boleh berubah selama berlakunya akad. Jika terjadi perubahan dari kriteria pesanan dan terjadi perubahan harga setelah akad ditandatangani, seluruh biaya tambahan tetap ditanggung nasabah

2. Prinsip Sewa (Ijarah)

Transaksi ijarah dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip ijarah sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaanya

terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual-beli objek transaksinya adalah barang, pada ijarah objek transaksinya adalah jasa.

Pada akhir masa sewa, bank dapat saja menjual barang yang disewakan kepada nasabah. Karena itu dalam perbankan syariah dikenal *ijarah muntahhiyah bittamlik* (sewa yang diikuti dengan berpindahannya kepemilikan). Harga sewa dan harga jual disepakati pada awal perjanjian.

3. Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*)

Produk pembiayaan syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil adalah

a. Pembiayaan musyarakah

Bentuk umum dari usaha bagi hasil adalah musyarakah (*syirkah* atau *syarikah*). Transaksi musyarakah dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih dimana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud.

Secara spesifik bentuk kontribusi dari pihak yang bekerja sama dapat berupa dana, barang dagangan, kewirausahaan, kepandaian, atau peralatan dan barang-barang lainnya yang dapat dinilai dengan uang. Dengan merangkum seluruh kombinasi dari bentuk kontribusi masing-masing pihak dengan ataupun tanpa batasan waktu menjadikan produk ini sangat fleksibel.

b. Pembiayaan mudharabah

Secara spesifik terdapat bentuk musyarakah yang populer dalam produk perbankan syariah mudharabah. Mudharabah adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak dimana pemilik modal (*shahibul al-maal*) mempercayakan sejumlah modal kerja pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian

keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerja sama dalam paduan kontribusi 100% modal kas dari *shahibul al-maal* dan keahlian *mudharib*.

Transaksi jenis ini tidak mensyaratkan adanya wakil *shahibul al-maal* dalam manajemen proyek. Sebagai orang kepercayaan, *mudharib* harus bertindak hati-hati dan bertanggung jawab untuk setiap kerugian yang terjadi akibat kelalaian. Sedangkan sebagai wakil *shahibul al-maal* dia diharapkan untuk mengelola modal dengan cara tertentu untuk menciptakan laba optimal.

Perbedaan yang esensial dari musyarakah dan mudharabah terletak pada besarnya kontribusi atas manajemen dan keuangan atau salah satu diantara itu. Dalam mudharabah, modal hanya berasal dari satu pihak, sedangkan dalam musyarakah modal berasal dari dua pihak atau lebih.

Musyarakah dan mudharabah dalam literatur fiqih berbentuk perjanjian kepercayaan yang menuntut tingkat kejujuran yang tinggi dan menunjang keadilan. Kerenanya masing-masing pihak harus menjaga kejujuran untuk kepentingan bersama dan setiap usaha dari masing-masing pihak untuk kecurangan dan ketidakadilan pembagian pendapatan betul-betul akan merusak ajaran islam.

Bank berhak melakukan pengawasan terhadap pekerjaan namun tidak berhak mencampuri urusan pekerjaan/usaha nasabah. Jika nasabah cidera janji dengan sengaja, misalnya tidak mau membayar kewajiban atau menunda pembayar

2.3.3 Perbedaan Pembiayaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Perbankan syariah merupakan bagian dari keseluruhan ajaran Islam khususnya yang berkaitan dengan ilmu ekonomi dan muamalah. Pemenuhan prinsip syariat Islam merupakan hal utama yang harus dipenuhi dalam transaksi perbankan syariah. Perbankan syariah harus memenuhi ketentuan pokok hukum

Islam, yaitu prinsip keadilan dan keseimbangan, kemaslahatan dan universalisme serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *dzalim*, *riswah*, dan objek haram lainnya. Prinsip keadilan mempunyai makna menempatkan sesuatu hanya pada tempatnya, serta memberikan sesuatu hanya pada yang berhak dan memperlakukan sesuatu sesuai posisinya (Rustam, 2013).

Undang Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menyatakan bahwa perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian. Perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan masyarakat. Bank syariah lahir dengan kosep dan filosofi yang berbeda jika dibandingkan dengan bank konvensional. Disini, bank konvensional menerapkan bunga menjadi bagian integral dari seluruh kegiatan bisnisnya, sedangkan bank syariah melarang penerapan bunga dalam semua transaksi perbankan. Jumhur ulama menyatakan bahwa bunga bank hukumnya sama dengan *riba*, yakni haram. Adapun konsep yang ditawarkan oleh perbankan syariah adalah penggunaan sistem bagi hasil (*profit-loss sharing*), yaitu pembagian keuntungan dan kerugian sesuai dengan presentase yang telah disepakati pada awal kontrak antara bank dan nasabah. Tabel 2.1 merupakan perbedaan antara bunga dan bagi hasil

Tabel 2.1 : **Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil**

Bunga	Bagi Hasil
1. Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung.	1. Penentuan besarnya nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung-rugi
2. Besarnya persentase berdasarkan pada jumlah uang (modal) dipinjamkan	2. Besarnya rasio bagi hasil adalah berdasarkan nisbah terhadap

Bunga	Bagi Hasil
3. Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh nasabah untung atau rugi.	besarnya keuntungan yang diperoleh.
4. Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang meledak	3. Besarnya bagi hasil bergantung pada keuntungan proyek/usaha yang dijalankan. Bila usaha merugi, kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak 4. Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan

Sumber : Karim, 2016

Prinsip utama yang dianut oleh bank syariah adalah larangan riba (bunga) dalam berbagai bentuk transaksi. Dalam beberapa hal, bank konvensional dan bank syariah memiliki persamaan, terutama dalam sisi teknis penerimaan uang, mekanisme transfer, teknologi informasi yang digunakan, syarat-syarat umum memperoleh pembiayaan, seperti KTP, NPWP serta proposal dan laporan keuangan. Perbedaan mendasar antara konvensional dan bank syariah terletak pada aspek legal, struktur organisasi, usaha yang dibiayai, dan dasar perhitungan keuntungan/kerugian.

Menurut Muhammad Syafi'i Antonio, 2007 (dalam Djuarni, 2011) setidaknya terdapat 5 (lima) perbedaan mendasar kredit pada bank konvensional dengan musyarakah pada bank syariah yaitu:

1. Al musyarakah pada bank syariah berdasarkan bagi hasil dan margin keuntungan, sedangkan kredit pada bank konvensional memakai perangkat bunga.
2. Pada bank syariah hubungan dengan bank syariah berbentuk kemitraan, sedangkan pada bank konvensional hubungan itu berbentuk debitur-kreditur.

3. Musyarakah Bank syariah melakukan investasi yang halal saja, sedangkan kredit bank konvensional, bisa halal, syubhat dan haram.
4. Musyarakah berorientasi keuntungan duniawi dan ukhrawi, yakni sebagai pengamalan syariah, sedangkan orientasi kredit pada bank konvensional semata duniawi.

Tabel 2.3 : Perbedaan Kredit Pada Bank Konvensional Dengan Musyarakah Pada Bank Syariah

Kredit	Musyarakah
1. Memakai perangkat bunga	1. Berdasarkan bagi hasil dan margin keuntungan
2. Hubungan dengan nasabah sebagai debitur-kreditur	2. Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan
3. Investasinya bisa halal, subhat dan haram	3. Melakukan investasi yang halal saja
4. Berorientasi hanya pada duniawi	4. Berorientasi keuntungan duniawi dan ukhrawi

Sumber: Antonio, 2007

Secara spesifik, penelitian yang dilakukan Chikmah (2014) menyebutkan beberapa hal yang menjadi perbedaan sistem pemberian kredit, diantaranya: (a) prinsip yang diterapkan dalam pemberian kredit; bank konvensional mempunyai prinsip bahwa pemberian kredit yang disalurkan kepada nasabah ataupun debitur tidak terkait dengan hukum halal ataupun haram. Sedangkan prinsip yang diterapkan dalam pembiayaan syariah terdiri dari prinsip jual beli, prinsip bagi hasil, dan sewa. (b) pengikatan kontrak dan perjanjian pihak bank dengan pihak nasabah; tidak ada pengikatan kontrak dalam pemberian kredit bank konvensional, namun bank menetapkan bunga kredit kepada debitur dengan jumlah prosentase pasti dan wajib dibayarkan dalam waktu yang telah ditentukan. Sedangkan pada bank syariah, terjadi perjanjian antara pihak bank dengan nasabah atau debitur berupa bagi hasil, terjadinya untung atau rugi

dalam bank akan ditanggung bersama oleh pihak bank maupun nasabah, dan (c) jenis pemberian kredit dan pembiayaan yang diberikan oleh bank: bank konvensional menerima semua jenis pemberian kredit, tidak membedakan jenis usahanya, selama debitur dapat memenuhi persyaratan yang ditetapkan pihak bank. Sedangkan bank syariah hanya menerima jenis pemberian kredit yang sudah jelas hukum halal atau haram.

2.4 UMKM di Indonesia

2.4.1 Karakteristik UMKM

Definisi UMKM bisa dilihat dari beberapa aspek mulai dari kepemilikan, jumlah pekerja hingga modal dan omset yang dimiliki UMKM. Bank Dunia (dalam Prasetya, 2008) mengategorikan UMKM berdasarkan jumlah pekerja dan aset yang dimiliki UMKM. Usaha mikro memiliki pekerja <10 orang dengan aset <\$100.000, usaha kecil dengan pekerja <50 orang dan aset <\$3 juta sedangkan usaha menengah memiliki pekerja <300 orang dan aset <\$15 juta. Di Indonesia, penggolongan UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Usaha Mikro. Undang-Undang tersebut melihat UMKM dari sisi kepemilikan dan jenis kegiatan. Secara umum, UU nomor 20 tahun 2008 mendefinisikan UMKM sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar. Secara rinci, pengertian UMKM adalah sebagai berikut :

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- 4) Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
- 5) Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

Selain itu, Pasal 6 UU No.20 Tahun 2008 juga mengatur mengenai UMKM dengan mengkategorikan UMKM berdasarkan kekayaan yang dimiliki. Menurut UU tersebut, kriteria UMKM yaitu:

- 1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - i. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- ii. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratusjuta rupiah).
- 2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
- i. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempusaha; atau
 - ii. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- 3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
- i. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - ii. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Dari sisi karakteristik, UMKM memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik merupakan sifat atau kondisi faktual yang melekat pada aktifitas usaha maupun perilaku pengusaha yang bersangkutan dalam menjalankan bisnisnya. Karakteristik ini yang menjadi ciri pembeda antar pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya (LIPI & BI, 2015). Tabel 2.3 menunjukkan secara rinci karakteristik UMKM

Tabel 2.4 Karakteristik UMKM dan Usaha Besar Ukuran

Ukuran Usaha	Karakteristik
Usaha mikro	<ul style="list-style-type: none">a. Jenis barang/komoditi tidak selalu tetap; sewaktu-waktu dapat berganti.b. Tempat usahanya tidak selalu menetap; sewaktu-waktu dapat pindah tempat.c. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun.d. Tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha.e. Sumber daya manusia (pengusaha) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai.f. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah.g. Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian sudah akses ke lembaga keuangan non bank.h. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.i. Contoh: Usaha perdagangan seperti kaki lima serta pedagang di pasar.
Usaha kecil	<ul style="list-style-type: none">a. Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah.b. Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah.c. Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana.d. Keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga.e. Sudah membuat neraca usaha.f. Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.g. Sumberdaya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwira usaha.h. Sebagian sudah akses ke perbankan dalam keperluan modal.

Ukuran Usaha	Karakteristik
	i. Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti business planning. j. Contoh: Pedagang di pasar grosir (agen) dan pedagang pengumpul lainnya
Usaha menengah	a. Memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi. b. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan. c. Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan. d. Sudah memiliki persyaratan legalitas antara lain izin tetangga. e. Sudah memiliki akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan. f. Pada umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik. g. Contoh: Usaha pertambangan batu gunung untuk kontruksi dan marmer buatan.
Usaha besar	Usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Sumber : LIPI dan BI, 2015

2.4.2 Peran UMKM Bagi Perekonomian Nasional

Peran UMKM dalam perekonomian terlihat ketika krisis melanda. Di Indonesia, krisis terbesar adalah krisis 98' yang membuat ekonomi Indonesia dalam kondisi kurang baik. Banyak usaha-usaha yang gulung tikar saat krisis

terjadi terutama usaha dengan dukungan modal asing dan bahan baku impor. Sehingga, saat krisis terjadi banyak perusahaan besar yang kesulitan mendapatkan bahan baku sebagai dampak nilai tukar yang kurang menguntungkan bagi rupiah. Namun, hal itu tidak terjadi pada UMKM yang dapat bertahan menghadapi krisis moneter. Kebutuhan modal yang tidak besar membuat UMKM belum membutuhkan bantuan asing sebagai modal usaha. Sehingga, ketika ada fluktuasi nilai tukar dampaknya tidak sebesar usaha besar (Suci, 2017). Hal itu juga akan membuat Indonesia mandiri dan ekonomi nasional lebih stabil karena tidak mudah terpengaruh oleh ekonomi global. Berdasarkan data BPS (dalam Prasetya, 2008) sejak sebelum krisis hingga setelah krisis, keberadaan UMKM tetap mendominasi perekonomian Indonesia, yaitu sebesar 99% dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 58,2%. Pun pada saat itu, UMKM mampu menyerap 64,3 juta orang. Penyerapan tenaga kerja sangat krusial untuk pengurangan kemiskinan yang pada saat itu, kemiskinan meningkat tajam akibat krisis moneter.

Peran UMKM di struktur perekonomian juga terlihat ketika UMKM mampu mengurangi kemiskinan melalui penyediaan lapangan kerja. Dalam hal ini, peningkatan permintaan tenaga kerja akan memperluas kesempatan kerja dan akan mendorong tingkat pendapat masyarakat. Peningkatan pendapatan pada akhirnya diharapkan bisa mengurangi tingkat kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan (Prasetya, 2007). Data Laporan Kementerian Koperasi dan UMKM (2015) menunjukkan pada tahun 2014 penyerapan tenaga kerja UMKM sebanyak 114.144.082 orang. Sedangkan pada tahun 2013 usaha besar menyerap 3.537.162 orang. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM mampu menyerap tenaga kerja jauh lebih baik dari usaha besar.

Pengurangan kemiskinan menjadi salah satu tujuan ekonomi di hampir seluruh negara di dunia termasuk Indonesia. Sebagai negara berkembang,

kemiskinan dan kesenjangan masih menjadi masalah pokok dalam perekonomian. Sehingga, tujuan pembangunan pun tidak lain salah satunya adalah pengurangan kemiskinan. Badan Pusat Statistika (BPS) menggunakan konsep kemampuan memenuhi kebutuhan dasar untuk mengartikan kemiskinan. Kemiskinan dipandang sebagai ketidakmampuan dari sisi ekonomi untuk memenuhi kebutuhan dasar makanan dan bukan makanan yang diukur dari sisi pengeluaran. Jadi, penduduk miskin adalah penduduk yang memiliki rata-rata pengeluaran perkapita perbulan dibawah garis kemiskinan.

Jika tujuan dari pembangunan adalah untuk mengurangi kemiskinan. Maka penyediaan lapangan kerja serta peningkatan penghasilan orang miskin menjadi hal yang sangat penting (Prasetyo, 2007). Salah satunya melalui pemberdayaan masyarakat yang mengacu pada *empowerment* yaitu sebagai upaya untuk mengaktualisasikan potensi yang dimiliki oleh masyarakat. Salah satu pendekatan pemberdayaan masyarakat adalah dengan menekankan pada arti pentingnya masyarakat lokal yang mandiri sebagai suatu sistem yang mampu mengorhanisir dirinya sendiri (Hapsari, dkk., 2014). UMKM dianggap sebagai sektor yang mampu mewujudkan hal tersebut, baik dalam hal kemandirian masyarakat, penyediaan lapangan kerja, dan pengurangan kemiskinan.

2.4.3 Permasalahan Yang Dihadapi UMKM

Kondisi yang dihadapi UMKM saat ini memang cukup dilematis. Peran yang dimiliki UMKM dalam pembangunan memang cukup krusial. Terutama apabila melihat peran UMKM dalam meningkatkan perekonomian kalangan masyarakat bawah. Namun, permasalahan yang dihadapi UMKM juga merupakan permasalahan yang rumit dan membutuhkan komitmen pemerintah untuk menyelesaikannya. Permasalahan tersebut berupa permasalahan internal dan eksternal. Menurut LIPI dan BI (2015) kendala internal yang terjadi adalah permodalan, SDM, hukum, dan akuntabilitas. Sedangkan kendala eksternalnya

adalah iklim usaha masih belum kondusif, infrastruktur dan akses. Pemerintah terus mengupayakan untuk menyelesaikan berbagai masalah tersebut secara bertahap. Salah satunya dari sisi permodalan.

Permodalan menjadi kebutuhan pelaku usaha untuk menambah produktifitasnya. Namun, UMKM masih kesulitan untuk mendapatkan bantuan modal formal salah satunya modal dari perbankan. Permasalahannya beragam mulai dari hambatan geografis, belum banyak perbankan yang menjangkau daerah terpencil, kendala administratif, dan manajemen usaha yang masih tradisional (LIPI & BI, 2015). Hapsari (2014) menyebutkan beberapa kendala financial yang dihadapi UMKM, diantara:

- a. Kurangnya kesesuaian (terjadinya *mismatch*) antara dana yang tersedia yang dapat diakses oleh UKM
- b. Tidak adanya pendekatan yang sistematis dalam pendanaan UKM
- c. Biaya transaksi yang tinggi, yang disebabkan oleh prosedur kredit yang cukup rumit sehingga menyita banyak waktu sementara jumlah kredit yang dikucurkan kecil
- d. Kurangnya akses ke sumber dana yang formal, baik disebabkan oleh ketiadaan bank di pelosok maupun tidak tersedianya informasi yang memadai untuk investasi maupun modal kerja yang cukup tinggi
- e. Banyak UKM yang belum bankable, baik disebabkan belum adanya manajemen keuangan yang transparan maupun kurangnya kemampuan manajerial dan financial

Permasalah permodalan bukan hal baru bagi UMKM. Permasalahan ini cukup dilematis mengingat kondisi UMKM yang rata-rata belum memiliki akuntabilitas yang baik. Sedangkan perbankan menginginkan pembukuan usaha yang harus sesuai dengan apa yang disyaratkan. Sehingga perlu adanya pengurangan gap antara pelaku usaha dan perbankan. UMKM harus dibina agar

akuntabilitasnya lebih baik. Disisi lain, perbankan juga harus memahami kebutuhan konsumen. Menurut Totok dan Nuritomo (2014) terdapat beberapa karakteristik kredit yang dibutuhkan UMKM, yaitu :

- Memerlukan persyaratan penyerahan agunan yang lebih lunak
- Memerlukan metode *monitoring* kredit yang khusus
- Cenderung menimbulkan biaya pelayanan kredit yang relatif lebih tinggi
- Memerlukan persyaratan persetujuan kredit yang lebih sederhana

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.4 merupakan beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini :

Tabel 2.5 : **Penelitian Terdahulu**

No.	Judul / pengarang	Metode / Variabel	Hasil
1.	Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah Vs Bank Konvensional / Harif Amali Rivai, Niki Lukviarman, Syafrizal, Syukri Lukman, Fery Andrianus, dan Masrizal	<p>Metode :</p> <ol style="list-style-type: none"> Analisis deskriptif berupa tabulasi silang, grafik, rata-rata, dan frekuensi Analisis faktor <i>Crosstab analysis</i> <p>Variabel : aspek demografi, aktifitas penggunaan jasa perbankan, dan perilaku konsumen</p>	<p>Pertimbangan paling dominan yaitu: faktor keyakinan bahwa bunga bank bertentangan dengan agama, diikuti oleh keramahan petugas serta persepsi bahwa berurusan dengan bank syariah lebih cepat dan mudah. Pertimbangan tersebut lebih diminati konsumen dibandingkan dengan faktor reputasi dan image bank, persyaratan yang lebih ringan dibanding bank konvensional, serta kedekatan lokasi (rumah dan/atau tempat kerja) responden dengan kantor bank.</p>

No.	Judul / pengarang	Metode / Variabel	Hasil
2.	Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Mengambil Pembiayaan Pada Kospin Jasa Layanan Syariah Pekalongan / Rengganing Jatun Dan Rizal Hari Magnadi	Metode : analisis regresi linear berganda Variabel : Pengetahuan, Produk, Aktivitas promosi Religiuitas	Seluruh variabel berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan pada kospin / jasa layanan syariah pekalongan.
3.	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syari'ah (Studi Di BMT Barokah Magelang) / Ali Chamidun	Metode : Analisis regresi linear berganda Variabel : pelayanan, reputasi, prosedur	a. Variabel pelayanan, Variabel reputasi, dan variabel prosedur secara sendiri-sendiri berpengaruh b. Variabel pelayanan, reputasi, dan prosedur secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap meningkatnya minat UMKM mengajukan pembiayaan pada lembaga keuangan syari'ah c. Faktor yang paling dominan adalah faktor prosedur
4.	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Kredit Oleh Pelaku Usaha Kecil Menengah Pada Debitur Bank Perkreditan Rakyat Kota Batam / Dian	Metode : Analisis regresi berganda Variabel : Suku bunga Jaminan Nominal kredit	1. Suku bunga dan nominal kredit berpengaruh signifikan 2. Jaminan dan pelayanan bank tidak berpengaruh signifikan 3. Secara bersama-sama

No.	Judul / pengarang	Metode / Variabel	Hasil
	Efriyenty Dan Viola Syukrina E Janrosi	Pelayanan bank	variabel berpengaruh signifikan
5.	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit / Fitri Ratna Sari	Metode : analisis faktor Variabel : Suku bunga Pelayanan Prosedur penyaluran Jangka waktu Jaminan	a. Secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan dalam tara signifikansi 5% b. variabel tingkat suku bunga, pelayanan, jangka waktu pengembalian dan jaminan berpengaruh positif dan signifikan c. variabel prosedur penyaluran kredit tidak signifikan berpengaruh d. jangka waktu kredit memiliki pengaruh paling dominan.
6.	A borrowing cost model for effective performance of SMEs in Uganda / Sulait Tumwine, Richard Akisimire, Nixon Kamukama and Gad Mutaremwa	Kuantitatif menggunakan korelasi dan regresi	Unsur biaya pinjaman seperti bunga dan biaya administrasi merupakan faktor yang signifikan terhadap peforma UMKM. dalam hal ini, bunga yang paling berpengaruh. Untuk meningkatkan peforma UMKM, lembaga keuangan perlu mengurangi bunga kredit dan biaya admistrasi secara ekonomis dan efisien dengan memperhitungkan inflasi
7.	Bank Competition, Government Intervention And SME Debt Financing / Jianhua Du, Chao Bian,	Kualitatif, OLS	1. UMKM cenderung memilih pembiayaan di daerah dengan tingkat intervensi pemerintah lebih tinggi

No.	Judul / pengarang	Metode / Variabel	Hasil
	and Christopher Gan		<p>dibandingkan dengan daerah dengan intervensi pemerintah yang rendah. Karena UMKM menganggap intervensi pemerintah akan mengamankan pinjaman UMKM</p> <p>2. Pemerintah lebih banyak membantu UMKM di wilayah dengan kompetisi bank yang rendah dari indeks rata-rata kompetensi bank.</p>
8.	Financing small and medium enterprises in Asia and the Pacific / Masato Abe, Michael Troilo and Orgil Batsaikhan	Kuantitatif dan kualitatif	<p>Pembiayaan merupakan masalah yang paling krusial bagi UMKM. Kebijakan yang ditawarkan adalah :</p> <ol style="list-style-type: none"> Memaksimalkan tenaga kerja. Memperkecil gap pembiayaan UMKM. Mengurangi asimetris informasi. Penyertaan modal seperti modal ventura Mengkombinasikan antara fasilitas keuangan dan fasilitas pengembangan bisnis Memperkuat ikatan bank dan UMKM
9.	Technical and functional determinants of customer satisfaction in the bank-	Kualitatif	<p>1. Teknikal dan fungsional dalam pelayanan memiliki korelasi terhadap kepuasan</p>

No.	Judul / pengarang	Metode / Variabel	Hasil
	SME relationship / Nicolaus Lundahl, Fatima Vegholm and Lars Silver		konsumen. 2. UMKM juga mengevaluasi bank melalui tingkat kesopanan dalam pelayanan
10.	Barriers faced by SMEs in raising bank finance / David Irwin Irwin Grayson and Jonathan M. Scott	Kualitatif	1. Faktor pendidikan, lulusan sarjana adalah orang yang paling mudah meningkatkan modal. 2. Wanita lebih mudah menambah modal dibandingkan laki-laki 3. Faktor etnis memiliki pengaruh yang signifikan bahwa pemilik UMKM berkulit hitam adalah orang yang memiliki permasalahan terbesar dalam menambah pembiayaan mereka. Oleh karena itu, mereka menggunakan <i>bootstrapping</i> sebagai pembiayaan mereka

Sumber : Peneliti, 2018

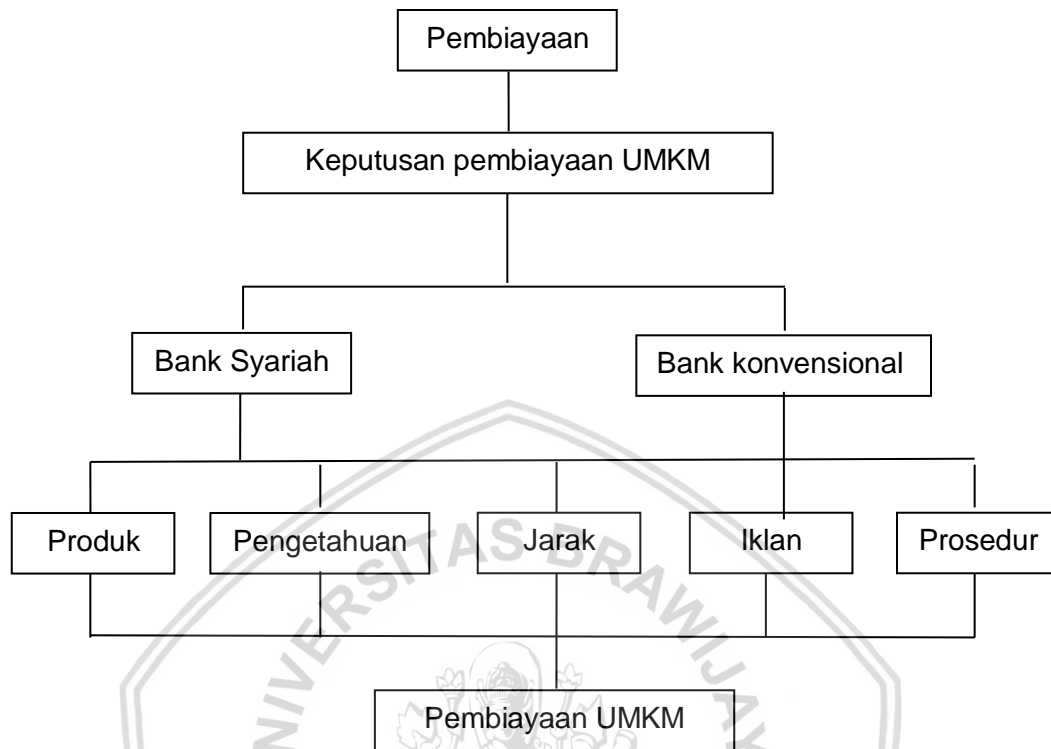
2.5 Kerangka Pikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana sebuah teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting. Berdasarkan uraian dalam latar belakang, rumusan

masalah, dan tujuan penelitian, serta tinjauan pustaka, maka dibuatlah kerangka berpikir untuk penelitian ini yang ditunjukkan pada gambar 2.2.

Kerangka pikir penelitian ini dimulai dari peran UMKM dalam menopang perekonomian Indonesia. Untuk terus meningkatkan peran UMKM, UMKM membutuhkan dukungan salah satunya berupa bantuan modal. Namun, UMKM masih memiliki kendala dalam hal memperoleh modal dari perbankan. Sumber modal yang banyak digunakan oleh UMKM adalah modal dari perbankan. Sedangkan, di Indonesia terdapat 2 sistem yang diterapkan di perbankan, yaitu perbankan syariah dan perbankan konvensional. Sehingga nasabah memiliki 2 pilihan dalam menggunakan produk pembiayaan bank. Variabel produk, pengetahuan, jarak, iklan dan prosedur akan digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apa saja yang menjadi pertimbangan nasabah terutama UMKM dalam menentukan penggunaan pembiayaan antara bank konvensional dan bank syariah. Responden dalam penelitian ini adalah UMKM nasabah perbankan konvensional maupun perbankan syariah. Dengan begitu, adanya penelitian ini diharapkan dapat melihat keinginan nasabah baik konvensional maupun syariah. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu gambaran ada tidaknya perbedaan pertimbangan UMKM dalam memutuskan menggunakan pembiayaan perbankan syariah dan konvensional

Gambar 2.2 : **Kerangka Pikir**



2.6 Hipotesis

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian serta landasan teori yang ada maka dapat dirumuskan sebuah hipotesis yang merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang masih perlu diuji kebenarannya, maka hipotesis yang dapat diduga bahwa :

1. H_0 : Variabel produk, pengetahuan, jarak, iklan dan prosedur berpengaruh negatif terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan perbankan.
 H_1 : Variabel produk, pengetahuan, jarak, iklan dan prosedur berpengaruh positif terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan perbankan.
2. H_0 : Diduga tidak terdapat perbedaan variabel produk, pengetahuan, jarak, iklan dan prosedur yang mempengaruhi keputusan UMKM dalam

menggunakan pembiayaan perbankan syariah atau perbankan konvensional.

H_1 : Diduga terdapat perbedaan variabel produk, pengetahuan, jarak, iklan dan prosedur yang mempengaruhi keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan perbankan syariah atau perbankan konvensional.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, yaitu mengetahui pengaruh variabel independent berupa produk, prosedur, jarak, iklan, biaya dan pengetahuan terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan perbankan. Maka penelitian berupa penelitian explanotary. Penelitian explanotary adalah penelitian yang bertujuan menelaah kualitas antara variabel yang menjelaskan suatu fonomena tertentu (Zulganef, 2013). Dalam penelitian explanotary peneliti berusaha untuk menjelaskan atau membuktikan hubungan atau pengaruh antar variabel.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan statistik deskriptif, karena penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei, yaitu metode yang digunakan adalah mengambil sampel dari populasi yang disajikan dengan angka-angka dan fakta yang ada di lapangan dan dijelaskan secara deskriptif. Hal ini sejalan dengan pendapat Sugiyono (2009) yang mengemukakan penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Sedangkan pendekatan statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan bagaimana data atau sekumpulan data diklasifikasikan atau dikategorikan menjadi kelompok-kelompok data yang lebih mudah dianalisis atau dibaca oleh pengguna informasi berdasarkan data tersebut (Zulganef, 2013).

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian untuk penulisan skripsi tentang Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan UMKM Dalam Menggunakan Pembiayaan Perbankan Syariah (Studi Pada UMKM Kota Malang) dilakukan di Kota Malang. Alat

yang digunakan yaitu menggunakan kuisioner. Periode waktu penelitian adalah mulai April hingga Mei 2018.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Menurut Zulganef (2013), definisi operasional ialah kegiatan atau proses yang dilakukan peneliti untuk mengurangi tingkat abstraksi konsep sehingga konsep tersebut dapat diukur. Sebagaimana dijelaskan dalam kerangka pikir penelitian, terdapat tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Ketiganya diklasifikasikan ke dalam dua variabel, yaitu variabel terikat (*dependent*) dan variabel bebas (*independent*). Variabel yang menjadi variabel terikat pada penelitian ini adalah keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan perbankan (Y), sementara variabel bebas yang digunakan adalah produk (X1), pengetahuan (X2), jarak (X3), iklan (X4), dan prosedur (X5). Adapun definisi operasional dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel 3.1.

Tabel 3.1 : Definisi Operasional dan Indikator Variabel

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel
1.	Produk (X1)	sesuatu yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan manusia ataupun organisasi	1. Bunga / bagi hasil 2. Terpenuhinya kebutuhan 3. Jangka waktu 4. Lebih menguntungkan dibanding bank lain
2.	Pengetahuan (X2)	suatu informasi yang disimpan dalam ingatan sebagai akibat dari hasil belajar, pengalaman dan kesadaran terhadap sesuatu.	1. Mengetahui bank syariah 2. Mengetahui hukum bunga dan bagi hasil 3. Mengetahui perbedaan bunga dan bagi hasil

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel
			4. Mengerti perhitungan bunga / bagi hasil
3.	Jarak (X3)	Jarak antara rumah dengan bank	1. Jarak antara rumah dengan bank 2. Akses kebank
4.	Iklan (X4)	Alat-alat yang digunakan untuk mempromosikan suatu produk	1. Jenis iklan 2. Cara bank melakukan iklan
5.	Prosedur (X5)	pelayanan yang diberikan pihak bank kepada nasabah menyangkut proses penyaluran kredit dan segala persyaratan yang harus dipenuhi nasabah dalam setiap permohonan kredit	1. Jaminan 2. Persyaratan 3. Lamanya proses
7.	Keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan (Y)	Suatu proses dimana nasabah melakukan penilaian terhadap dua alternatif bank (bank syariah dan bank konvensional) kemudian memilih salah satu berdasarkan pertimbangan tertentu.	<p>Regresi logit :</p> <p>$Y = 1$, UMKM menggunakan produk pembiayaan bank</p> <p>$Y = 0$, UMKM tidak menggunakan produk pembiayaan bank</p> <p><i>Independent t-test :</i></p> <p>$Y = 0$, UMKM menggunakan produk pembiayaan bank konvensional</p> <p>$Y = 1$, UMKM menggunakan produk pembiayaan bank syariah</p>

Sumber : Penulis, 2018

3.4 Populasi Dan Penentuan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2009), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang saja, melainkan objek dan benda-benda alami lainnya populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Dalam penelitian jumlah populasi harus disebutkan yang berkenaan dengan besarnya anggota populasi dan wilayah yang akan diteliti. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang terdaftar dalam Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang.

3.4.2 Sampel

Menurut Zulfanef, 2013 sampel didefinisikan sebagai bagian atau *subset* dari populasi yang terdiri dari anggota-anggota populasi yang terpilih. Pengambilan sampel (*sampling*) didefinisikan sebagai proses memilih sejumlah unsur populasi secara memadai (*sufficient*), sehingga dengan mempelajari sejumlah unsur tersebut, dapat dipahami karakteristiknya, dan karakteristik tersebut dapat mengeneralisasi karakteristik unsur-unsur populasi. Memadai dapat diartikan sesuai dengan kriteris ketentuan nilai-nilai statistik, artinya bahwa sampel cukup besar untuk diartikan sebagai mewakili populasinya secara statistik, sehingga penarikan kesimpulan dari sampel mempunyai generalisasi yang tinggi.

Populasi penelitian ini adalah seluruh UMKM yang terdaftar di dinas koperasi dan UKM Kota Malang. Menurut data yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM, terdapat 24 kelompok UKM dengan total jumlah UKM sebesar 1422 pelaku usaha kecil. Pada penelitian ini, responden akan dibagi

menjadi 2, yaitu responden UMKM yang menggunakan pembiayaan bank konvensional dan responden UMKM yang menggunakan pembiayaan bank syariah. Teknik *Purposive Sampling* dan *random sampling* dipilih untuk responden yang akan dipilih. *Purposive Sampling* adalah sampel yang memiliki tujuan untuk memahami informasi tertentu pada sumber tertentu. *Purposive Sampling* digunakan untuk memilah responden yang menggunakan pembiayaan perbankan syariah atau konvensional. Sedangkan *random sampling* digunakan setelah mengetahui jika responden menggunakan salah satu pembiayaan bank. Sehingga seluruh UMKM yang menggunakan yang menggunakan pembiayaan bank syariah ataupun konvensional berhak menjadi responden. Rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah rumus Slovin (Sanusi, 2014):

$$n = \frac{N}{(1 + N\alpha^2)}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

α = error sampel yaitu 1-15%

$$n = \frac{N}{(1 + N\alpha^2)}$$

$$n = \frac{1422}{(1 + 1422 \cdot 0,01^2)}$$

$$n = \frac{1422}{15,22} = 93,42$$

Berdasarkan perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin dengan error sampel sebesar 10% diperoleh hasil sebesar 94 responden. Namun, dalam

penelitian ini menggunakan 96 responden yang dijadikan sebagai sampel yang mewakili populasi UMKM Kota Malang.

3.5 Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Data Primer

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber dan bersifat mentah atau belum diolah (Wijaya, 2013). Data primer ini belum mampu memberikan informasi dalam pengambilan keputusan maka dari itu perlu diolah lebih lanjut. Untuk mendapatkan data primer, penulis menggunakan teknik kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2009).

Kuesioner ini merupakan teknik pengumpulan data yang efisien jika penulis mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, teknik pengumpulan data dengan kuesioner ini juga cocok digunakan jika jumlah dari responden yang akan diteliti cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Dengan adanya kontak langsung antara penulis dengan responden akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden dengan sukarela akan memberikan data objektif dan cepat. Selanjutnya dalam melakukan pengukuran sikap, pendapat serta persepsi sekelompok orang atau seseorang maka penulis menggunakan skala Linkert. Skala Likert ialah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini, fenomena sosial yang telah ditetapkan secara spesifik oleh penulis, yang selanjutnya disebut sebagai variabel

penelitian. Variabel penelitian yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Berikut tabel 3.2 menjelaskan skala *Likert*:

Tabel 3.2 **Skala *Likert***

Sangat setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, 2009

Beberapa peneliti berpandangan bahwa skala *likert* termasuk kategori skala ordinal. Sehingga untuk syarat dalam menggunakan analisis parametric data ordinal harus diubah menjadi skala interval dengan menggunakan *Metode Succesive Interval (MSI)*, agar data dapat dianalisis dengan menggunakan analisis parametrik. Proses pentransformasian data ordinal menjadi data interval dalam penelitian ini menggunakan bantuan program *Microsoft Office Excel 2007*.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang diperoleh dari sumber yang menerbitkan dan bersifat siap pakai (Wijaya, 2013). Data sekunder ini diperoleh secara tidak langsung dari objek yang diteliti. Data sekunder ini diperoleh melalui kajian pustaka yang bersumber dari buku, jurnal, ataupun dari penelitian lainnya yang terkait dengan tema penelitian ini.

3.6 Metode Analisis

Analisis data yang dilakukan adalah analisis statistik deskriptif untuk menjelaskan atau menggambarkan penelitian responden dan distribusi item masing-masing variabel. Dari data yang dikumpulkan, diedit dan ditabulasikan dalam tabel, kemudian dibahas secara deskriptif.

3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian

Sebuah instrumen penelitian digunakan untuk memperoleh data-data penelitian dan dilakukan uji coba agar diperoleh instrumen dengan tingkat validitas dan reliabilitas yang akurat. Salah satu ciri instrumen yang baik adalah apabila instrumen itu dapat dengan tepat mengukur apa yang hendak diukur secara valid.

a. Uji Validitas

Suatu alat ukur dapat dikatakan valid apabila alat itu mengukur suatu tes atau skala dengan akurat. Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat keabsahan suatu instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, penulis membuat item-item yang ada didalamnya merupakan item yang dapat mempresentasikan atribut yang hendak diukur. Suatu item kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai nilai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang memiliki nilai validitas kurang maka nilai validitasnya rendah. Rumus yang digunakan untuk menghitung validitas adalah (Wijaya, 2013):

$$R_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{((N\sum X^2) - (\sum X)^2) (n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2)}}$$

R_{xy} = Koefisien korelasi X dan Y

n= jumlah responden

X= skor variabel (jawaban responden)

Y= skor total dari variabel untuk responden ke-n

Validitas data diukur dengan membandingkan r hitung dengan r tabel.

Jika r hitung > r tabel, dan nilainya positif maka pernyataan tersebut dinyatakan

valid. Apabila suatu alat pengukuran telah dinyatakan valid, maka tahap berikutnya adalah mengukur reliabilitas dari alat sebagai ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama di lain kesempatan.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah proses pengukuran yang menunjukkan suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif sama jika dilakukan pengukuran ulang terhadap subjek yang sama (Wijaya, 2013). Sehingga semakin kecil perbedaan dari hasil yang diperoleh, semakin andal tesnya. Dalam penelitian ini reliabilitas diukur menggunakan koefisien alpha. Koefisien alpha dapat diukur dengan menggunakan uji statistic *cronbach alpha* dengan menggunakan program SPSS versi 20.0 dan dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,6. Jika nilai *cronbach alpha* < 0,6 maka dapat dikatakan variabel tersebut tidak reliabel.

3.6.2 Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan 2 metode untuk menguji hipotesis, yaitu metode analisis logistik dan metode uji t. Analisis logistik digunakan untuk menganalisis hipotesis pertama yaitu pengaruh variabel produk, pengetahuan, jarak, iklan dan prosedur berpengaruh terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan. Sedangkan uji t digunakan untuk menganalisis hipotesis kedua yaitu, untuk melihat apakah terdapat perbedaan variabel produk, pengetahuan, jarak, iklan dan prosedur terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan bank syariah atau bank konvensional

1. Metode Analisis Logistik

Nantinya peneliti juga akan menggunakan metode *Logistic Regression* atau Analisis Metode Logistik (LOGIT). Regresi logit ialah teknik statistika yang

digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independent. Berikut model logit dalam penelitian ini ialah sebagai berikut (Arief, 2006):

$$\ln \frac{[P_1]}{1-P_1} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \mu_i$$

Dimana:

P_1 = keputusan pembiayaan di bank syariah atau bank konvensional

β_0 = Konstanta produk (X1), pengetahuan (X2), jarak (X3), iklan (X4), dan prosedur (X5)

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ = Koefisien regresi

X_1 = Faktor produk

X_2 = Faktor pengetahuan

X_3 = Faktor jarak

X_4 = Faktor iklan

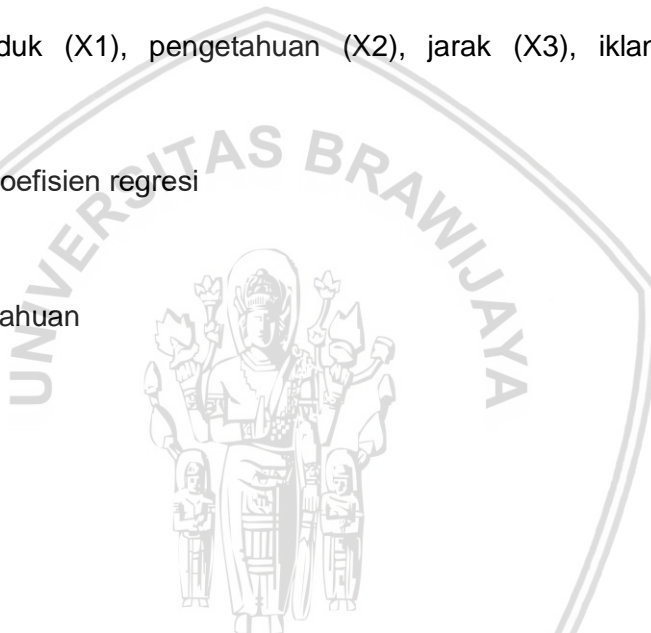
X_5 = prosedur

μ_i = error

Untuk mendapatkan hasil yang lebih valid dari hasil analisis regresi logistik diatas maka penulis akan melakukan beberapa pengujian terhadap model, yaitu:

1. Uji Multikolinearitas

Penelitian ini menggunakan 5 variabel bebas yaitu diantaranya ialah produk, pengetahuan, jarak, iklan, dan prosedur, oleh karenanya perlu dipastikan tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel bebas tersebut. Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan linear yang sangat kuat antar variabel bebas (Firdaus, 2011). Cara pengujiannya



adalah dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), dimana variabel dikatakan tidak saling berkaitan ketika nilai $VIF < 10$.

2. Uji Kelayakan Model (*Hosmer and Lameshow*)

Untuk menguji kelayakan pada model regresi ini, peneliti menggunakan uji *Hosmer and Lameshow*. Uji *Hosmer and Lameshow* ini digunakan untuk menguji apakah data empiris sesuai dengan model (tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model dapat dikatakan fit/layak). Adapun hasilnya jika (Ghozali, 2016):

- a. Jika nilai signifikansi *Hosmer and Lemeshow* $\leq 0,05$, artinya terdapat perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya sehingga *goodness fit model* tidak baik karena terdapat perbedaan antara model dengan data observasinya.
- b. Jika nilai signifikansi *Hosmer and Lemeshow* $> 0,05$, artinya model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena fit (layak/sesuai) dengan data observasinya.

3. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Nachrowi (2002), Uji Koefisien Determinasi ialah uji yang dilakukan untuk mengukur tingkat ketepatan/kecocokan dari regresi yang dipakai, uji ini juga berguna untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Semakin besar R^2 , maka semakin besar (kuat) pula hubungan antara satu atau banyak variabel bebas dengan variabel terikat. Dalam program SPSS, besar nilai R^2 diketahui melalui nilai "Cox & snell" atau "Negelkerke". Nilai "Cox & snell" atau "Negelkerke" nantinya akan menunjukkan berapa persen variabel bebas yang dimasukkan dalam model yang menjelaskan variabel terikat, yakni preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah dibank syariah.

4. Uji Tabel Klasifikasi

Untuk memperjelas gambaran atas prediksi model dengan data observasi, dapat ditunjukkan dengan tabel klasifikasi. Tabel klasifikasi ini mengkonfirmasi bahwa tidak ada perbedaan yang sangat signifikan antara model dengan data observasi

5. Uji *Overall Model Fit/Omnibus*

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen didalam regresi secara serentak atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan alpha, jika nilai signifikansi lebih kecil dari alpha maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan/serempak variabel bebas terhadap variabel terikatnya. (Ghozali, 2016).

6. Uji Signifikasi Parsial

Menurut Widarjono (2010), uji parsial digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dengan cara membandingkan nilai signifikasi dengan alpha sebesar 5% dimana nilai signifikasi yang lebih kecil dari alpha menunjukkan bahwa hipotesis diterima atau terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial atas variabel independen terhadap variabel terikat.

2. *Independent t-Test*

Uji t dilakukan ketika menguji perbedaan karakteristik dua sampel yang berbeda (independent). Uji beda rata-rata adalah alat analisis yang banyak digunakan dalam statistik, diantaranya untuk menguji perbedaan karakteristik antara satu sampel dengan sampel yang lain, menguji perbedaan karakteristik antara sampel dengan populasi dalam uji signifikasi suatu hasil analisis sampel

variabel nominal yang dipisahkan menjadi dua kelompok berdasarkan kategorinya (Zulganef,2013). Dalam *independent t-test*, H_0 ditolak jika nilai signifikansi kurang dari alpha (0,05).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Kondisi Geografi Kota Malang

Kota Malang adalah sebuah kota yang terletak di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota ini terletak 90 km sebelah selatan Surabaya dan merupakan kota terbesar di kedua di Jawa Timur setelah Surabaya, serta merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia menurut jumlah penduduk. Selain itu, Malang juga merupakan kota terbesar kedua di wilayah Pulau Jawa bagian selatan setelah Bandung. Kota Malang berada di dataran tinggi yang cukup sejuk, dan seluruh wilayahnya berbatasan dengan Kabupaten Malang. Luas wilayah kota Malang adalah 252,10 km². Bersama dengan Kota Batu dan Kabupaten Malang, Kota Malang merupakan bagian dari kesatuan wilayah yang dikenal dengan Malang Raya (Wilayah Metropolitan Malang). Wilayah Malang Raya yang berpenduduk sekitar 4,5 juta jiwa, adalah kawasan metropolitan terbesar kedua di Jawa Timur setelah Gerbangkertosusila. Kawasan Malang Raya dikenal sebagai salah satu daerah tujuan wisata utama di Indonesia.

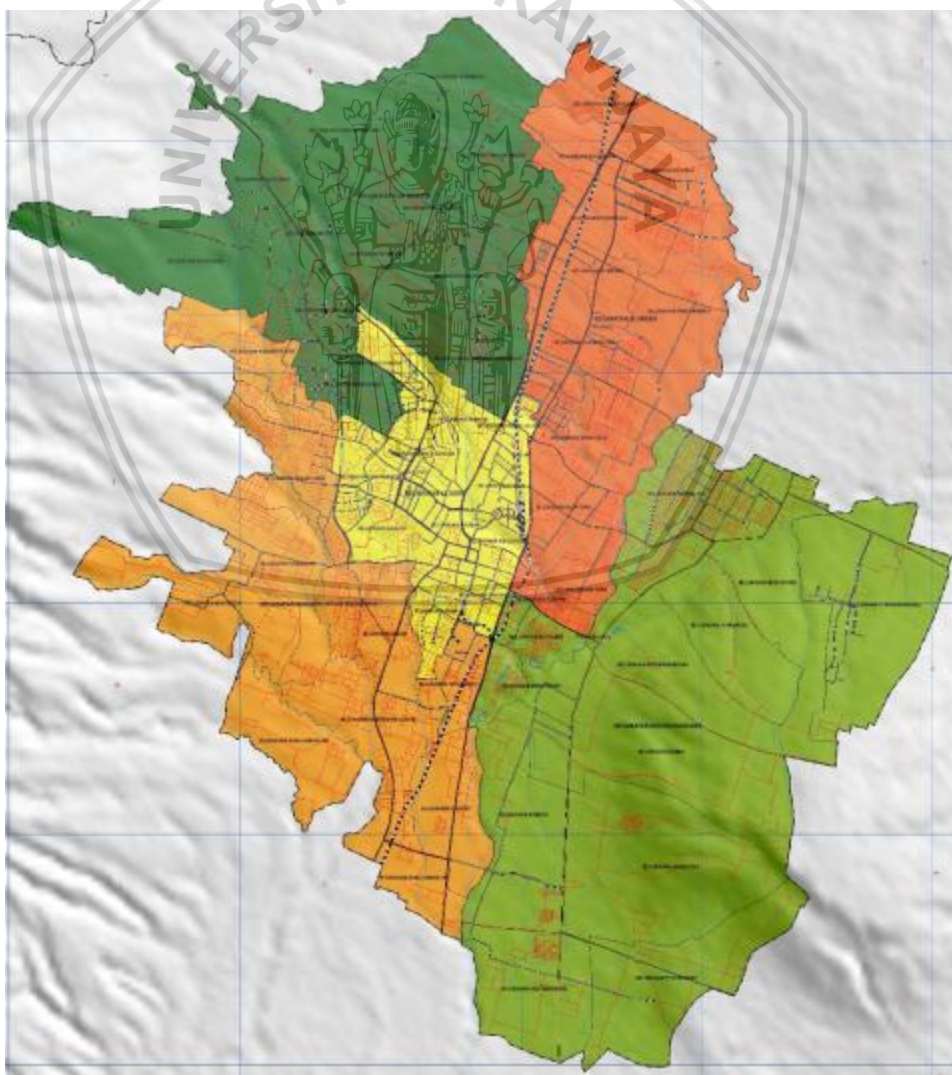
Kota Malang yang terletak pada ketinggian antara 440 – 667 meter diatas permukaan air laut, merupakan salah satu kota tujuan wisata di Jawa Timur karena potensi alam dan iklim yang dimiliki. Letaknya yang berada ditengah-tengah wilayah Kabupaten Malang secara astronomis terletak 112,06° – 112,07° Bujur Timur dan 7,06° – 8,02° Lintang Selatan, dengan batas wilayah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara : Kecamatan Singosari dan Kec. Karangploso Kabupaten Malang

2. Sebelah Timur : Kecamatan Pakis dan Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang
3. Sebelah Selatan : Kecamatan Tajinan dan Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang
4. Sebelah Barat : Kecamatan Wagir dan Kecamatan Dau Kabupaten Malang

Adapun untuk pembagian administratif Kota Malang terdiri atas 5 (lima) Kecamatan, yaitu : kecamatan Kedung Kandang, kecamatan Sukun, Kecamatan Blimbing, Kecamatan Lowokwaru dan kecamatan Klojen.

Gambar 4.1 : **Pembagian Administratif Kota Malang**



Sumber : malangkota.go.id

Kota Malang terkenal dengan sebutan kota pendidikan, sebutan tersebut dikarenakan terdapat puluhan perguruan tinggi negeri maupun swasta. Berdasarkan data malangkota.go.id (2017) ada 12 perguruan tinggi (negeri dan swasta) yang berlokasi atau memiliki wilayah administratif di kota Malang. Adapun perguruan-perguruan tinggi tersebut yaitu IKIP Budi Utomo, Institut Teknologi Nasional, Universitas Brawijaya, Universitas Gajayana, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Universitas Kanjuruhan, Universitas Negeri Malang, Universitas Ma Chung, Politeknik Negeri Malang, Politeknik Kota Malang dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Malang.

Selanjutnya, sama halnya dengan kota-kota lain di Indonesia kota Malang juga memiliki Usaha Kecil Mikro dan Menengah yang mampu menyokong perekonomian daerah. Berdasarkan data hasil survey Dinas koperasi, terdapat 24 kelompok UMKM dengan total 1422 pelaku usaha yang tersebar pada lima kecamatan. Saat ini masih banyak terdapat UMKM yang belum terdata pada pemerintah Kota Malang. Dengan banyaknya jumlah UMKM yang ada di kota Malang tentunya diharapkan dapat meningkatkan perekonomian di kota Malang.

4.2 Gambaran Umum Responden

Dalam penelitian ini, untuk memperoleh data menggunakan metode survai dengan cara menyebar kuisisioner sebanyak 96. Kuisisioner disebarkan kepada pemilik Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang ada di Kota Malang. Data UKM diperoleh dari Dinas Koperasi dan UKM yang selanjutnya digunakan sebagai dasar untuk menyebarkan kuisisioner. Sehingga responden yang diteliti merupakan UMKM yang telah terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM kota Malang.

4.2.1 Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Usia

Berikut merupakan tabel yang menunjukkan komposisi responden berdasarkan usia responden :

Tabel 4.1 : **Karakteristik Responden berdasarkan Usia**

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1.	20-25	12	12,5
2.	26-30	21	21,9
3.	31-35	34	35,4
4.	36-40	25	26,0
5.	>40	4	4,2
Total		96	100

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa kelompok usia 31-35 tahun adalah responden terbanyak dengan jumlah responden sebanyak 34 responden atau 36%. Sedangkan kelompok usia 36-40 tahun berada pada tingkat kedua dengan jumlah 25 responden atau 26%. Kelompok usia yang lebih muda, yaitu 26-30 tahun dengan jumlah responden sebesar 21 orang atau 21,8%. Kelompok usia paling muda yaitu 20-25 tahun terdapat 12 responden atau 12,5%. Terakhir, kelompok usia paling senior, yaitu responden dengan usia lebih dari 40 tahun terdapat 4 responden atau 4,1%. Dari tabel tersebut terlihat bahwa sebagian besar responden yang menjawab penelitian ini berada pada usia produktif. Pada masa produktif, dapat dikatakan bahwa seseorang masih sangat aktif dalam menjalankan usahanya.

4.2.2 Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan akan menentukan pola pikir, watak dan karakter yang akan mempengaruhi pengambilan keputusan seseorang. Pembagian tingkat pendidikan responden pada penelitian ini terdapat pada tabel 4.2.

Tabel 4.2 : **Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No.	Tingkat pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
1.	SMP	4	4,2
2.	SMA	30	31,2
3.	Diploma	13	13,5
4.	Sarjana	47	49,0
5.	Magister	2	2,1
Total		96	100

Sumber: Data primer diolah, 2018

Pada tabel 4.2 menunjukkan mayoritas tingkat pendidikan responden adalah sarjana sebanyak 47 responden atau 49,0%. Selanjutnya, tingkat pendidikan SMA berada pada posisi kedua dengan 30 responden atau 31,2%. Sedangkan, responden dengan pendidikan Magister hanya ada 2 responden atau 2,1%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden merupakan lulusan sarjana.

4.2.3 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Usaha

Berikut merupakan tabel yang menunjukkan lamanya usaha responden dalam penelitian ini :

Tabel 4.3 : **Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Usaha**

No	Lamanya Usaha	Jumlah	Presentase (%)
1.	< 5 tahun	16	16,7
2.	6 – 10 tahun	57	59,4
3.	11 – 15 tahun	15	15,6
4.	>15 tahun	8	8,3
Total		96	100

Sumber: Data primer diolah, 2018

Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki usaha selama 6-10 tahun dengan jumlah responden sebanyak 57 atau 59,4%. Sedangkan rentan lama usaha antara 11-15 tahun memiliki jumlah responden

yang hampir sama dengan lama usaha >5 tahun, dengan masing-masing responden sebesar 15 (15,6%) dan 16 (16,7%) responden. Terakhir dengan rentan lama usaha paling lama, yaitu lebih dari lima belas tahun terdapat 8 responden atau 8,3%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini cukup memiliki pengalaman dalam berwirausaha apabila dilihat dari banyaknya responden yang telah memiliki usaha selama 6-10.

4.2.4 Deskripsi Karakteristik Pemilihan Bank

Dalam penelitian ini, responden dalam penelitian ini dibagi kedalam 2 kategori, yaitu responden yang menggunakan bank syariah dan responden yang menggunakan bank konvensional. Agar penelitian yang dihasilkan tidak bias, maka peneliti membagi secara proporsional antara responden bank syariah dan konvensional. Berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan pemilihan jenis bank dapat dilihat pada tabel 4.4. Responden bank syariah maupun konvensional sebanyak 35 dan responden yang tidak menggunakan produk pembiayaan bank sebanyak 26 orang.

Tabel 4.4 : **Gambaran Responden pemilihan bank**

No.	Jenis bank	Jumlah	Persentase (%)
1.	Bank syariah	35	36,4
2.	Bank konvensional	35	36,4
3.	Tidak menggunakan bank	26	27,2
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Distribusi frekuensi menerangkan tentang jawaban dari kuisioner yang telah disebarkan dan diisi oleh responden, deskripsi dari keseluruhan jawaban responden pada setiap item pertanyaan.

4.3.1 Deskripsi Frekuensi Jawaban Responden Variabel

Tabel 4.5 : Distribusi Jawaban Responden

Variabel	Item	Skala Jawaban								Mean
		1		2		3		4		
		STS		TS		S		ST		
		F	%	F	%	F	%	F	%	
X1 (Produk)	1	11	11,5	14	14,6	46	47,9	25	26,0	2,89
	2	5	5,2	25	26,0	46	47,9	20	20,8	2,84
	3	3	3,1	20	20,8	45	46,9	28	29,2	3,02
	4	2	2,1	21	21,9	39	40,6	34	35,4	3,09
X2 (Pengetahuan)	1	6	6,3	22	22,9	44	45,8	24	25,0	2,90
	2	2	2,1	35	36,5	33	34,4	26	27,1	2,86
	3	1	1,0	20	20,8	54	56,3	21	21,9	2,99
	4	4	4,2	24	25,0	37	38,5	31	32,3	2,99
X3 (Jarak)	1	11	11,5	13	13,5	42	43,8	30	31,3	2,95
	2	8	8,3	20	20,8	36	37,5	32	33,3	2,96
	3	4	4,3	14	14,6	35	36,5	43	44,8	3,22
X4 (Iklan)	1	1	1,0	18	18,8	39	40,6	38	39,6	3,19
	2	3	3,1	21	21,9	45	46,9	27	28,1	3,00
	3	4	4,2	18	18,8	38	39,6	36	37,5	3,10
X5 (Prosedur)	1	6	6,3	20	20,8	40	41,7	30	31,3	2,98
	2	2	2,1	20	20,8	41	42,7	33	34,4	3,9
	3	3	3,1	20	20,8	48	50,0	25	26,0	2,99
	4	6	6,3	16	16,7	46	47,9	28	29,2	3,00

Sumber: Data primer diolah, 2018

Pada variabel produk (X1) memiliki 4 item pernyataan. Pernyataan pertama mengenai bunga atau bagi hasil bank yang kompetitif dibandingkan dengan bank lain. Sebanyak 46 orang atau 47,9% responden setuju dengan pernyataan bahwa besaran bagi hasil pada bank yang dipilih kompetitif dibandingkan bank lain dan 25 atau 26% responden lainnya menyatakan sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Item pernyataan kedua mengenai ketersediaan produk pembiayaan khusus untuk UMKM. Pada pernyataan ini sebanyak 46 responden setuju dengan pernyataan tersebut. Selanjutnya, pada item pernyataan ketiga, yang menyatakan bahwa jangka waktu pelunasan sesuai dengan keinginan UMKM. Sebanyak 45 atau 46,9% responden setuju dengan

pernyataan item ketiga dan 28 atau 29,2% responden sangat setuju dengan pernyataan ini. Pada item keempat dengan pernyataan bank yang dipilih lebih menguntungkan secara ekonomi. Sebanyak 39 atau 40,6% responden setuju dengan pernyataan item keempat dan sebanyak 34 atau 35,4% responden sangat setuju.

Variabel jarak (X3) memiliki 3 item pernyataan dengan pernyataan pertama mengenai jarak dari rumah ke bank yang dekat. Sebanyak 42 atau 43,8% responden setuju dan 30 atau 31,3% responden sangat setuju dengan pernyataan ini. Item pernyataan kedua berisi banyaknya kantor cabang bank yang ada di Malang. Sebanyak 36 atau 37,5 responden setuju dan 32 atau 33,3% responden sangat setuju dengan pernyataan item kedua. Pernyataan terakhir mengenai aksesibilitas lokasi bank jika ditempuh dengan kendaraan umum. Sebanyak 35 atau 36,5 responden setuju dan 43 atau 44,8% responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Variabel iklan (X4) memiliki 3 item pernyataan, item pertama pernyataan mengenai adanya brosur pembiayaan dari bank. Pada item ini, sebanyak 39 atau 40,6% setuju dan 38 atau 39,6% responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Item kedua mengenai adanya penawaran dari bank untuk melakukan pembiayaan di bank yang bersangkutan, sebanyak 45 atau 46,9% responden setuju dan 27 atau 28,1% responden sangat setuju dengan pernyataan ini. Terakhir, item ketiga mengenai sosialisasi yang dilakukan bank. Sebanyak 38 atau 39,6% responden setuju dan 36 atau 37,5% responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Variabel produk (X5) memiliki 4 item pernyataan, pertama mengenai nilai jaminan yang sesuai dengan nilai kredit. Sebanyak 40 atau 41,7% responden setuju dan 30 atau 31,3% responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Item pernyataan kedua mengenai jaminan tidak memberatkan nasabah.

Sebanyak 41 atau 42,7% responden setuju dan 33 atau 34,4% responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Item ketiga mengenai syarat-syarat pembiayaan yang mudah dipenuhi. Sebanyak 48 atau 50,0% responden setuju dan 25 atau 26,0% responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Terakhir item keempat mengenai waktu proses pencairan. Sebanyak 46 atau 47,9% responden setuju dan 28 atau 29,2% responden sangat setuju bahwa proses dari pengajuan hingga pencairan dana cepat.

4.4 Uji Instrumen Penelitian

4.4.1 Uji Validitas

Instrumen penelitian berupa kuisioner harus memenuhi uji validitas agar bisa digunakan untuk penelitian. masing variabel atau faktor beserta total dari variabel atau faktor. Validitas data diukur dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikan 5% (0,05) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya dinyatakan tidak valid. Berikut data uji validitas yang ditunjukkan pada tabel 4.6.

Tabel 4.6 : Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Signifikasi	Keterangan
X1 (Produk)	1	0,752	0,2006	0,000	Valid
	2	0,736	0,2006	0,000	Valid
	3	0,634	0,2006	0,000	Valid
	4	0,732	0,2006	0,000	Valid
X2 (Pengetahuan)	1	0,470	0,2006	0,000	Valid
	2	0,751	0,2006	0,000	Valid
	3	0,740	0,2006	0,000	Valid
	4	0,790	0,2006	0,000	Valid
X3 (Jarak)	1	0,857	0,2006	0,000	Valid
	2	0,776	0,2006	0,000	Valid
	3	0,820	0,2006	0,000	Valid

Variabel	Item	R _{Hitung}	R _{Tabel}	Signifikasi	Keterangan
X4 (Iklan)	1	0,722	0,2006	0,000	Valid
	2	0,753	0,2006	0,000	Valid
	3	0,810	0,2006	0,000	Valid
X5 (Prosedur)	1	0,829	0,2006	0,000	Valid
	2	0,739	0,2006	0,000	Valid
	3	0,679	0,2006	0,000	Valid
	4	0,728	0,2006	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2018

Pada tabel 4.6 dapat diketahui bahwa seluruh variabel, yaitu variabel produk, pengetahuan, jarak, iklan dan prosedur memiliki r hitung $>$ dari r tabel (0,2006) pada taraf signifikan 5% (0,05). Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh item pertanyaan valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah kuisisioner cukup dapat dipercaya menjadi alat untuk mengumpulkan data. Dari pengujian reliabilitas akan menunjukkan sejauh mana pengukuran relatif sama atau stabil jika dilakukan pengukuran ulang dan uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana jawaban seseorang konsisten dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur menggunakan koefisien alpha. Koefisien alpha diukur dengan menggunakan uji statistik *Coefficient Cronbach Alpha* dimana semakin tinggi nilainya (mendekati 1), maka semakin tinggi keandalan suatu instrumen digunakan sebagai alat ukur. Kriteria yang digunakan apakah variabel tersebut reliabel atau tidak adalah ketika *Coefficient Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6. Tabel 4.7 berikut menunjukkan hasil *Coefficient Cronbach Alpha* variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa keseluruhan variabel memiliki nilai *Coefficient Cronbach Alpha* lebih dari 0,6. Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang digunakan reliabel.

Tabel 4.7 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	X1 (Produk)	0,679	Reliabel
2.	X2 (Pengetahuan)	0,756	Reliabel
3.	X3 (Jarak)	0,751	Reliabel
4.	X4 (Iklan)	0,640	Reliabel
5.	X5 (Prosedur)	0,733	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2018

4.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan regrese logistik. Regresi logistik digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel bebas, yaitu produk, pengetahuan, jarak, iklan dan prosedur terhadap variabel terikat, yaitu apakah UMKM menggunakan pembiayaan bank syariah atau konvensional dengan syarat nilai menggunakan bank syariah atau konvensional 1 dan tidak menggunakan bank 0. Selanjutnya, uji hipotesis *Independent t-test* digunakan untuk melihat apakah terdapat perbedaan variabel produk, pengetahuan, jarak, iklan dan prosedur antara bank syariah dan bank konvensional. Adapun hasil pengujian dapat dilihat sebagai berikut.

4.5.1 Uji Multikolonearitas

Uji multikolonearitas perlu dilakukan sebelum uji regresi logistik untuk hubungan linear antar variabel. Pengujian logistik tidak bisa dilakukan apabila terdapat hubungan linear yang sangat kuat antar variabel bebas. Adapun cara pengujiannya adalah dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), dimana variabel dikatakan tidak berkaitan ketika nilai VIF <10. Tabel 4.8 menunjukkan hasil VIF dari setiap variabel. Dalam tabel 4.8 terlihat bahwa seluruh variabel produk, pengetahuan, jarak, iklan dan prosedur nilai kurang

dari 10. Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel bebas

Tabel 4.8 : Hasil Uji Multikolonearitas

Variabel bebas	Collinearity Statistic
	VIF
X1 (Produk)	1,038
X2 (Pengetahuan)	1,116
X3 (Jarak)	1,832
X4 (Iklan)	1,311
X5 (Prosedur)	1,425

Sumber: Data primer diolah, 2018

4.5.2 Uji Kelayakan Model Regresi

Uji kelayakan model regresi dilakukan dengan menggunakan Uji *Hosmer and Lameshow*. Pengujian ini digunakan guna melihat hasil yang diperoleh apakah dapat digunakan atau tidak. Tabel 4.9 menunjukkan hasil dari uji *Hosmer and Lameshow*.

Tabel 4.9 : Hasil Uji *Hosmer Dan Lameshow*

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	9,401	8	,310

Sumber: Data primer diolah, 2018

Dalam uji *Hosmer and Lameshow*, model dikatakan baik atau tidak (*goodness of fit*) jika nilai signifikannya diatas 0,05. Pada tabel 4.9, hasil uji *Hosmer and Lameshow* sebesar 0,310. Artinya, model diterima atau layak karena nilai signifikasinya $>0,05$

4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (*Nagelkerke R Square*)

Tabel 4.10 berikut merupakan hasil *Nagelkerke R Square*

Tabel 4.10 : Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	56,214 ^a	,442	,641

Sumber: Data primer diolah, 2018

Uji koefisien determinasi berguna untuk melihat kemampuan variabel independen secara keseluruhan dalam menjelaskan variabel dependen. Dari hasil pengujian yang dilakukan, *Nagelkerke R Square* sebesar 0,641 dimana artinya dalam penelitian ini 64,1% variabel independen dapat menjelaskan keputusan menggunakan bank dan 35,9% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

4.5.4 Uji Tabel Klasifikasi

Tabel klasifikasi digunakan untuk melihat bahwa tidak ada perbedaan yang sangat signifikan antara prediksi model dengan data observasi atau melihat seberapa besar ketepatan prediksi jawaban tersebut. Dari tabel 4.11 diperoleh 90,6%, artinya ketepatan antara model dengan data observasi sebesar 90,6% dan tingkat eror atau kesalahannya sebesar 9,4%.

Tabel 4.11 : Hasil Prediksi Model

Classification Table ^a				
	Observed	Predicted		
		y		Percentage Correct
		0	1	
Step 1	0	19	7	73,1
	1	2	68	97,1
	Overall Percentage			90,6

4.5.5 Uji Keseluruhan Model

Tabel 4.12: Hasil Uji Omnibus

Omnibus Tests of Model Coefficients			
	Chi-square	df	Sig.
Step	55,930	5	,000
Step 1 Block	55,930	5	,000
Model	55,930	5	,000

Sumber: Data primer diolah, 2018

Uji omnibus digunakan untuk melihat apakah variabel-variabel independen secara serentak berpengaruh terhadap variabel dependen. Dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh secara serentak jika nilai signifikan kurang dari alpha (0,05). Pada tabel 4.12 diatas hasil uji omnibus adalah 0,00 atau kurang dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel bebas dalam penelitian ini secara bersama-sama mampu menjelaskan model dengan baik atau dapat dikatakan memiliki pengaruh secara signifikan.

4.5.6 Uji Parsial

Uji parsial digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individu berpengaruh terhadap variabel tergantung pada persamaan logistik dan memasukkannya kedalam model. Variabel bebas dikatakan berpengaruh terhadap variabel terikat jika nilai signifikansi kurang dari 0,05. Tabel 4.13 berikut memberikan hasil uji parsial..

Tabel 4.13 : Hasil Uji Parsial

Variables in the Equation						
	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
total_x1	,322	,159	4,130	1	,042	1,380
total_x2	,374	,146	6,568	1	,010	1,454
total_x3	,389	,185	4,439	1	,035	1,476
total_x4	,405	,187	4,712	1	,030	1,500
total_x5	,388	,170	5,203	1	,023	1,474
Constant	-18,481	4,353	18,028	1	,000	,000

Sumber: Data primer diolah, 2018

Dari hasil uji parsial diatas, terbentuk model sebagai berikut:

$$\ln \frac{[P_1]}{1-P_1} = -18,481 + 0,322X_1 + 0,274X_2 + 0,389X_3 + 0,405X_4 + 0,388X_5 + \mu(e)$$

1. Produk terhadap keputusan UMKM menggunakan pembiayaan bank syariah

Berdasarkan hasil analisis dimana variabel produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,042, kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel produk terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan di bank. Koefisien korelasi pada variabel produk bertanda positif (+) menunjukkan bahwa semakin baik produk yang ditawarkan bank maka UMKM cenderung akan memilih produk mebiayaan bank.

2. Pengetahuan terhadap keputusan UMKM menggunakan pembiayaan bank.

Berdasarkan hasil analisis dimana variabel pengetahuan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,010, kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bawah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan di bank. Koefisien korelasi

pada variabel pengetahuan bertanda positif (+) menunjukkan bahwa semakin baik tingkat pengetahuan yang dimiliki UMKM terhadap bank maka UMKM akan cenderung memilih bank.

3. Jarak terhadap keputusan UMKM menggunakan pembiayaan bank syariah

Berdasarkan hasil analisis dimana variabel jarak memiliki nilai signifikansi sebesar 0,035, kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel jarak terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan di bank. Koefisien korelasi pada variabel jarak bertanda positif (+) menunjukkan bahwa semakin dekat jarak lokasi bank dengan rumah nasabah maka nasabah akan cenderung memilih produk pembiayaan bank.

4. Iklan terhadap keputusan UMKM menggunakan pembiayaan bank syariah

Berdasarkan hasil analisis dimana variabel iklan memiliki nilai signifikansi 0,030, kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel iklan terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan di bank. Koefisien korelasi pada variabel iklan bertanda positif (+) menunjukkan bahwa semakin baik iklan yang dilakukan oleh bank maka UMKM akan cenderung memilih produk pembiayaan bank.

5. Prosedur terhadap keputusan UMKM menggunakan pembiayaan bank syariah

Berdasarkan hasil analisis dimana variabel prosedur memiliki nilai signifikansi 0,23, lebih dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel prosedur terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan di bank. Koefisien korelasi pada variabel

prosedur bertanda (+) menunjukkan bahwa semakin baik prosedur yang ada di bank, maka UMKM akan cenderung memilih pembiayaan di bank.

4.6 Independent t-Test

Uji t dilakukan ketika menguji perbedaan karakteristik dua sampel yang berbeda (independent). Dalam *independent t-test*, H_0 ditolak jika nilai signifikansi kurang dari alpha (0,05) Jika nilai signifikansi lebih dari alpha (0,05), H_0 diterima.

Dengan hipotesis sebagai berikut :

H_0 : Diduga tidak terdapat perbedaan variabel produk, pengetahuan, jarak, iklan dan prosedur yang mempengaruhi keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan perbankan syariah atau perbankan konvensional.

H_1 : Diduga terdapat perbedaan variabel produk, pengetahuan, jarak, iklan dan prosedur yang mempengaruhi keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan perbankan syariah atau perbankan konvensional.

Tabel 4.14 : Hasil *Independent t-Test*

Independent Samples Test							
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means			
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference Std. Error Difference
mean_	Equal variances assumed	11,569	,001	-1,804	78	,075	-,21875 ,12129
x1	Equal variances not assumed			-1,804	71,183	,076	-,21875 ,12129
mean_	Equal variances assumed	,175	,677	,950	78	,345	,11875 ,12500
x2	Equal variances not assumed			,950	77,385	,345	,11875 ,12500
mean_	Equal variances assumed	,027	,870	1,266	78	,209	,16667 ,13161
x3	Equal variances not assumed			1,266	77,916	,209	,16667 ,13161
mean_	Equal variances assumed	,902	,345	1,724	78	,089	,20833 ,12086
x4	Equal variances not assumed			1,724	72,788	,089	,20833 ,12086
mean_	Equal variances assumed	3,606	,061	,986	78	,327	,12500 ,12674
x5	Equal variances not assumed			,986	70,058	,327	,12500 ,12674

Sumber: Data primer diolah, 2018

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji homogenitas untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari kedua kelompok memiliki varian yang homogen atau tidak. Pengujian homogenitas diperoleh dari hasil sig, dimana H_0 ditolak apabila signifikansi kurang dari alpha (0,05). Tabel 4.14 memberikan hasil bahwa X_1 (produk) sebesar 0,001 sebesar 0.009 atau kurang dari 0,05 yang artinya data tidak homogen dan tidak memenuhi syarat untuk dilakukan pengujian hipotesis. Sedangkan X_2 (pengetahuan), X_3 (jarak), X_4 (iklan), dan X_5 (prosedur) memiliki nilai signifikansi lebih dari alpha (0,05) artinya terjadi homogenitas dan memenuhi syarat untuk melakukan uji *Independent t-Test*.

Selanjutnya *Independent t-Test*, dilihat dari signifikansi (2-taild), X_2 (pengetahuan), X_3 (jarak), X_4 (iklan), dan X_5 (prosedur) lebih dari 0,05. Artinya H_0 diterima, yaitu dapat disimpulkan tidak terdapat perbedaan variabel yang mempengaruhi keputusan UMKM dalam menggunakan antara bank konvensional dan syariah.

4.7 Pembahasan

Pembahasan pada penelitian ini akan mencoba menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya. Terdapat dua rumusan masalah yaitu, pertama, pengaruh variabel produk, pengetahuan, jarak, iklan, dan prosedur terhadap keputusan UMKM menggunakan pembiayaan di perbankan syariah dan konvensional. Regresi logistik digunakan sebagai metode untuk menjawab hipotesis yang telah diajukan. Hipotesis kedua, melihat ada tidaknya perbedaan variabel antara bank konvensional dan syariah, dengan metode yang digunakan adalah *Independent t-test*. Hasil pengujian tersebut akan dibahas secara teoritis dan empiris serta dibandingkan dengan penelitian sebelumnya.

4.7.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan UMKM Dalam Menggunakan Pembiayaan Di Bank

Hipotesis pertama menyatakan bahwa produk berpengaruh terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan di bank. Berdasarkan hasil uji regresi logistik, diperoleh nilai signifikansi variabel produk 0,042 yaitu lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa produk berpengaruh terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan di bank dan hipotesis diterima. Selain itu, koefisien korelasi yang memberikan hasil positif dapat ditarik kesimpulan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan.

Terdapat banyak jenis produk bank yang ditawarkan oleh perbankan. Salah satunya produk kredit atau dalam bank syariah biasa disebut pembiayaan. Pada dasarnya baik kredit maupun pembiayaan memiliki fungsi yang sama yaitu penyaluran dana dari bank kepada masyarakat. Namun, skema yang kredit yang ditawarkan oleh bank syariah dan konvensional berbeda. Bank syariah, memberikan pilihan kredit yang sesuai dengan syariat islam.

Produk pembiayaan yang ditawarkan oleh bank syariah beragam didasarkan pada akad-akad syariah. Produk-produk tersebut antara lain pembiayaan berdasarkan akad jual-beli, pembiayaan berdasarkan akad sewa-menyewa, pembiayaan berdasarkan bagi hasil, dan pembiayaan berdasarkan akad pinjam-meminjam nirbunga. Sedangkan bank konvensional, dilain pihak juga memiliki beragam skema kredit yang ditawarkan kepada UMKM. Salah satunya KUR atau Kredit Usaha Rakyat.

Secara spesifik, UMKM membutuhkan pembiayaan yang memang dikhususkan untuk UMKM. Kasmir (2013) menyebutkan bahwa kredit UMKM memiliki beberapa karakteristik. Yaitu, memerlukan persyaratan anggunan yang lebih lunak, memerlukan metode monitoring kredit yang khusus, dan memerlukan persyaratan persetujuan kredit yang lebih sederhana. Dengan adanya beberapa

pilihan produk dari berbagai bank, UMKM memiliki banyak pilihan produk pembiayaan sebelum menentukan keputusan menggunakan salah satu produk pembiayaan yang dianggap paling menguntungkan dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan.. Sesuai dengan teori rasionalitas, bahwa konsumen senantiasa menggunakan pendapatannya, yang jumlahnya terbatas untuk memperoleh kombinasi barang-barang dan jasa-jasa konsumsi yang menurut perkiraannya akan mendatangkan kepuasan maksimum (Khusaini, 2013). Dalam hal ini, produk perbankan yang ditawarkan dinilai sebagai suatu komoditas, dimana konsumen memilih produk sesuai dengan fungsi produk

Dalam penelitian ini, indikator variabel produk berupa bunga/bagi hasil, keterpenuhan kebutuhan UMKM, jangka waktu pengembalian, dan perbandingan keuntungan secara ekonomi digunakan untuk mengukur apakah variabel produk berpengaruh terhadap keputusan UMKM menggunakan pembiayaan di bank. Hasilnya variabel produk berpengaruh signifikan positif. Sejalan dengan penelitian ini, penelitian yang dilakukan oleh Efriyenty dan Janrosl (2017) juga memberikan hasil yang sama. Efriyenty dan Janrosl (2017) secara spesifik menggunakan suku bunga sebagai variabel. Hasilnya, suku bunga berpengaruh signifikan. Sehingga nasabah, khususnya dalam penelitian ini UMKM, mempertimbangkan faktor ekonomis seperti keuntungan atau kerugian yang akan diperoleh jika memilih salah satu produk bank dibandingkan produk bank yang lain.

Dengan banyaknya kendala yang dihadapi UMKM dalam mengakses kredit bank, program-program kredit khusus UMKM mutlak dibutuhkan tidak hanya berguna bagi UMKM namun dari pihak bank juga butuh menyalurkan dana mereka kepada UMKM. Bank sebagai salah satu penyalur utama dana bagi masyarakat memiliki kewajiban untuk menyalurkan dana bagi UMKM, yaitu 20% dari total kredit (peraturan BI nomor 17 tahun 2015). Beberapa kredit khusus bagi

UMKM diluncurkan oleh bank guna mengurangi gap yang ada antara bank dan UMKM. Diantaranya program perkreditan yang diselenggarakan oleh lembaga keuangan khususnya perbankan, diantaranya (1) Kredit Usaha Kecil (KUK) yang dilakukan oleh bank-bank komersial, pada program ini setiap UMKM bisa mengajukan kredit dan dianggap layak, selama aset mereka tidak melebihi batas program. (2) Kredit Modal Kerja Permanen (KMKP) dan Kredit Investasi Kecil (KIK) yang dimotori oleh Bank Indonesia sebagai upaya bank sentral, (3) Sistem Unit Desa yang dilaksanakan oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang mendanai UMKM yang memiliki skala aktivitas lebih kecil daripada yang diberikan oleh KUK (Hadiwidjaja dan Hartati, 2017).

4.7.2 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan UMKM Dalam Menggunakan Pembiayaan Di Bank

Berdasarkan hasil uji regresi logistik, diperoleh nilai signifikansi variabel pengetahuan ,010 yaitu lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan di bank. Selain itu, koefisien korelasi yang memberikan hasil positif dapat ditarik kesimpulan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan. Khusaini (2013) berpendapat bahwa selain asumsi rasionalitas, asumsi pengetahuan yang sempurna juga dibutuhkan sebagai dasar teori konsumen. Pengetahuan yang sempurna diartikan sebagai konsumen memiliki pengetahuan macam-macam barang dan jasa yang tersedia di pasar, harga dari masing-masing barang, dan besarnya pendapatan yang diperoleh.

Menurut Peter dan Olson (1999), pengetahuan produk dibagi menjadi 3, yaitu pengetahuan atribut produk, pengetahuan manfaat produk, pengetahuan sebagai pemuas. Dalam penelitian ini, pengetahuan yang dimaksud adalah pengetahuan konsumen akan bank. Indikator variabel pengetahuan berupa pengetahuan UMKM mengenai sistem yang ditawarkan oleh bank. Bank

konvensional menggunakan sistem berbasis bunga dengan bank syariah berbasis non bunga. Dengan mengetahui jenis sistem yang ditawarkan oleh bank, diharapkan UMKM memilih bank sesuai dengan kebutuhan.

Hasil dari penelitian ini adalah pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan produk pembiayaan di bank. Sejalan dengan hasil penelitian ini, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jatun dan Magnadi (2015) yang memberikan hasil Hasil penelitian terbukti bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan. Pengetahuan akan produk akan membuat bank dapat memasarkan produknya dengan lebih baik lagi.

Hasil dari penelitian ini yang memberikan hasil bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan, artinya semakin baik pengetahuan UMKM terhadap bank, maka semakin banyak pula yang akan menggunakan bank sebagai sumber modal. Sebagai mana penelitian Survei Nasional Literasi Keuangan yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2013 menunjukkan adanya hubungan erat antara literasi keuangan dengan kemampuan seseorang untuk memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan. Survei menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka semakin besar pula tingkat pemanfaatan produk dan layanan jasa keuangannya.

Penelitian yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2016 menunjukkan literasi keuangan di Indonesia sebesar 29,66%. Dengan melihat angka tersebut, masih banyak masyarakat yang perlu literasi keuangan. Lebih lanjut, dari sekian banyak produk perbankan yang bisa dimanfaatkan, pengetahuan masyarakat akan kredit yang paling rendah, hanya sekitar 49,6% yang memahami produk kredit perbankan (OJK, 2017). Berbagai upaya dilakukan oleh pemerintah maupun instansi keuangan untuk terus meningkatkan literasi keuangan

masyarakat. Hal tersebut diperlukan agar masyarakat dapat memilih dan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka. Masyarakat perlu mengambil sikap “teliti sebelum membeli” mengenai produk dan layanan jasa keuangan.

4.7.3 Pengaruh Jarak Terhadap Keputusan UMKM Dalam Menggunakan Pembiayaan Di Bank

Berdasarkan hasil uji regresi logistik, diperoleh nilai signifikansi variabel jarak 0,035 yaitu lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa jarak berpengaruh terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan di bank. Selain itu, koefisien korelasi yang memberikan hasil positif dapat ditarik kesimpulan bahwa jarak berpengaruh positif dan signifikan.

Lokasi (*place*) yang dimaksud adalah jejaring dimana produk dan jasa bank disediakan dan dapat dimanfaatkan oleh nasabah. Bank tidak hanya berupa kantor bank sendiri disediakan produk dan jasa bank tetapi termasuk kantor bank lain juga mesin ATM bank dimana produk dan jasa bank dapat dimanfaatkan (Wahjono, 2013). Di Indonesia penentuan lokasi bank juga cukup menjadi masalah mengingat masih banyak lokasi yang terpencil di Indonesia. LIPI & BI (2015) mengungkapkan bahwa UMKM masih mendapat kesulitan bantuan modal formal karena beberapa hambatan diantaranya hambatan geografis dan belum banyak bank yang bisa menjangkau tempat terpencil.

Pemilihan lokasi bank juga cukup menjadi hal krusial karena menyangkut kemudahan nasabah dalam mengakses bank. 5 tahapan proses pembelian yang diungkapkan oleh Hassan (2010), bahwa salah satu kriteria seleksi yang dilakukan oleh konsumen adalah *accessability*. Sehingga sebelum melakukan pembelian, nasabah juga mempertimbangkan jarak bank dari tempat tinggal mereka. Dalam penelitian ini, variabel jarak berisi beberapa indikator. Yaitu, jarak

dari rumah ke bank, banyaknya kantor cabang, dan akses dari rumah ke bank yang mudah (bisa ditempuh menggunakan angkutan umum).

Hasilnya, jarak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan UMKM dalam menentukan bank mana yang akan dipilih. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rivai,dkk (2007), bahwa faktor prosedur (cepat dan mudah), berhubungan dengan bank, serta kedekatan lokasi (rumah dan/atau kantor) responden dengan kantor bank. Selain itu, hasil dari penelitian tersebut juga mengungkapkan beberapa hal yang membuat nasabah bank konvensional tidak tertarik untuk berpindah ke bank syariah adalah terbatasnya jaringan kantor bank syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi bank menjadi salah satu pertimbangan nasabah dalam memilih bank.

4.7.4 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan UMKM Dalam Menggunakan Pembiayaan Di Bank

Berdasarkan hasil uji regresi logistik, diperoleh nilai signifikansi variabel iklan 0,30 yaitu lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa iklan berpengaruh terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan di bank dan hipotesis diterima. Selain itu, koefisien korelasi yang memberikan hasil positif dapat ditarik kesimpulan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan.

Hassan (2010) secara khusus merinci proses pembelian calon nasabah perbankan kedalam 5 tahap. Dimulai dari identifikasi kebutuhan, akan jasa perbankan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan, dan perilaku purna. Dalam proses ke 5 proses ini, iklan menjadi salah satu sarana konsumen sebagai media untuk memperoleh informasi. Pada hakikatnya, iklan adalah pesan atau berita yang bertujuan memberitahukan kepada masyarakat luas tentang produk dan atau jasa yang dimiliki perusahaan (Wahjono, 2013).

Iklan juga menjadi salah satu input bagi konsumen untuk menyempurnakan pengetahuan konsumen sebelum membeli. Faktor eksternal yang menjadi input dan berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan adalah usaha-usaha yang dilakukan oleh pemasar melalui strategi pemasaran dan bauran pemasaran berupa promosi, produk, harga, dan distribusi (Suryani, 2013).

Dalam penelitian variabel iklan berisikan indikator berupa ada tidaknya iklan kredit, brosur kredit, dan penawaran kredit dari bank. Hasilnya iklan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan produk pembiayaan. Sejalan dengan penelitian ini, penelitian yang dilakukan oleh Jatun dan Magnadi memberikan hasil yang sama. Bahwa aktivitas promosi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan pada kospin/jasa layanan syariah pekalongan.

Fungsi iklan sangat berhubungan erat dengan pengetahuan masyarakat akan perbankan. Iklan tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, namun juga untuk mengenalkan masyarakat pada suatu produk agar masyarakat lebih pahan akan produk yang ditawarkan oleh perbankan. Sementara itu, masyarakat yang mengetahui fitur suatu produk dan layanan jasa keuangan mencapai 82,7%. Namun, pengetahuan masyarakat terhadap cara memperoleh produk dan layanan jasa keuangan masih sebesar 40,6% (OJK, 2017). Pemahaman masyarakat akan suatu produk memang cukup penting agar masyarakat dapat memilih dengan tepat produk yang sesuai. Namun, tujuan akhir dari iklan adalah menarik masyarakat untuk membeli apa yang sudah diiklankan. Oleh karenanya iklan yang dilakukan oleh bank tidak hanya memuat fitur-fitur produk melainkan juga bagaimana cara mendapatkannya.

4.7.5 Pengaruh Prosedur Terhadap Keputusan UMKM Dalam Menggunakan Pembiayaan Di Bank

Berdasarkan hasil uji regresi logistik, diperoleh nilai signifikansi variabel prosedur 0,023 yaitu lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa prosedur berpengaruh terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan di bank. Selain itu, koefisien korelasi yang memberikan hasil positif dapat ditarik kesimpulan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan. Dalam penelitian ini, indikator variabel prosedur berupa syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk mengajukan pembiayaan, lamanya proses, dan nilai jaminan.

Syarat yang harus dipenuhi UMKM dalam pengajuan pembiayaan menjadi kendala yang tidak hanya dirasakan oleh UMKM, namun juga oleh perbankan. Damayanti (2016) menyatakan bahwa beberapa kendala bank dalam menjangkau UMKM diantaranya (1) Masalah legalitas usaha yang dimiliki nasabah seperti Surat Izin Usaha, NPWP, dll yang sering terabaikan oleh nasabah, (2) Penyusunan Laporan Keuangan yang sangat terbatas sehingga masih memungkinkan bercampurnya keuangan usaha dan pribadi, dan (3) Kendala terbesar dalam mendapatkan kredit UMKM adalah masalah agunan. Permasalahan tersebut dirasakan oleh UMKM yang menjadikan UMKM enggan berhubungan dengan bank.

Prosedur penyaluran kredit yaitu pelayanan yang diberikan pihak bank kepada nasabah menyangkut proses penyaluran kredit dan segala persyaratan yang harus dipenuhi nasabah dalam setiap permohonan kredit (Situngkir, 2008 dalam Sari, 2014). Sesuai dengan hasil penelitian ini, penelitian yang dilakukan oleh Chamidun (2015) menyatakan bahwa variabel prosedur memiliki pengaruh signifikan yang paling besar terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada lembaga keuangan syariah (BMT Barokah Magelang). Hal ini dikarenakan

nasabah lebih menyukai prosedur pembiayaan yang mudah, cepat dan tidak berbelit-belit.

4.7.6 Perbedaan Variabel Produk, Pengetahuan, Jarak, Iklan Dan Prosedur Terhadap Keputusan UMKM Dalam Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah Atau Konvensional

Hasil uji beda diatas menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan variabel yang mempengaruhi keputusan UMKM dalam menggunakan bank konvensional maupun bank syariah. Padahal secara teori, bank konvensional dan bank syariah memiliki prinsip yang perbedaan. Undang Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menyatakan bahwa perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian. Bank Islam adalah berdasarkan prinsip Islam dan tidak mengizinkan pembayaran dan penerimaan bunga tetapi pembagaian keuntungan. Karakteristik bank Islam yang terkenal adalah keadilan dan kesamaan melalui pembagian keuntungan dan kerugian dan melarang bunga. Prinsip bank Islam yaitu : melarang bunga, pembagian yang seimbang, uang sebagai modal yang potensial, melarang gharar, kontrak yang suci dan kegiatan syariah yang disetujui. Bank syariah lahir dengan kosep dan filosofi yang berbeda jika dibandingkan dengan bank konvensional (Rivai & Arifin, 2010). Bank konvensional dilain sisi, menggunakan bunga sebagai dasar untuk melakukan transaksi. Bunga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar oleh bank atau nasabah sebagai balas jasa atas transaksi antara bank dan nasabah (Ismail, 2013). Bunga menjadi komponen utama perbankan konvensional dalam memperoleh keuntungan. Sehingga dalam setiap produk bank konvensional terdapat unsur bunga didalam.

Namun, apabila melihat hasil dari uji beda diatas, tidak terdapat perbedaan variabel yang mempengaruhi keputusan UMKM dalam menggunakan bank konvensional maupun bank syariah dengan menggunakan variabel produk, pengetahuan, jarak, iklan prosedur. Artinya, dalam memutuskan untuk menggunakan perbankan syariah atau konvensional, pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan oleh UMKM dengan menggunakan variabel tersebut dalam memilih pembiayaan di bank sama. Apabila melihat dari variabel penelitian ini, variabel yang digunakan bisa dikatakan sebagai variabel rasional. Dimana masyarakat akan menggunakan variabel tersebut dalam memilih suatu barang guna memperoleh kepuasan dalam mengkonsumsi suatu barang. Sehingga dalam penelitian ini, meneliti variabel yang mempengaruhi keputusan UMKM dalam menggunakan pembiayaan dari aspek bisnis.

Dalam beberapa penelitian yang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam menggunakan perbankan syariah, terdapat faktor non ekonomis seperti variabel religiusitas. Sebagai contoh penelitian yang dilakukan oleh Jatun dan Magnadi (2015) yang memasukkan variabel religiusitas, memberikan hasil bahwa religiusitas berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan masyarakat dalam memilih layanan syariah. Hal itu sejalan dengan spirit perbankan syariah yang menggunakan prinsip islam sebagai dasar pembuatan produk-produk syariah. Sehingga sebagaimana masyarakat cenderung memilih bank syariah dikarenakan alasan agama. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rivai, dkk. (2007), bahwa 81,5% nasabah bank syariah menyatakan bunga bertentangan dengan agama dan agama menjadi dasar pemilihan bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh OJK 2017, menunjukkan bahwa korelasi antara literasi keuangan dan inklusi keuangan syariah cenderung lebih lemah jika dibandingkan dengan keuangan konvensional dan rata-rata indeks inklusi

keuangan syariah lebih tinggi dibandingkan rata-rata indeks literasi syariah. Artinya tidak semua masyarakat yang *Well Literate* dengan keuangan syariah akan menggunakan perbankan syariah. Begitu juga sebaliknya, tidak semua yang menggunakan bank syariah *Well Literate* karena lebih mendasarkan pilihan atas dasar agama. Hal itu menunjukkan bahwa religiusitas masih menjadi alasan utama masyarakat menggunakan perbankan syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Rivai, dkk. (2007), juga memberikan hasil yang sama, 51,4% nasabah bank konvensional menganggap bahwa bunga bertentangan dengan agama namun tetap menggunakan produk yang ditawarkan oleh perbankan konvensional. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan pengetahuan yang baik dari masyarakat akan bank syariah tidak berdampak pada keinginan masyarakat menggunakan bank syariah jika tidak diimbangi oleh pemahaman masyarakat akan agama. Oleh karenanya masyarakat cenderung menganggap komoditas produk perbankan syariah dan konvensional sama.

Hal itu dikarenakan beberapa hal. Diantaranya masyarakat masih menganggap bank syariah belum bebas bunga, sehingga sama saja menggunakan bank syariah atau konvensional. Penelitian yang dilakukan Dayyan (2016), menunjukkan bahwa dari 148 responden yang memiliki tabungan dan pembiayaan pada bank konvensional sebanyak 46.6% menganggap bank Islam belum bebas riba. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian Rahmanti (2013) SDM bank syariah belum sepenuhnya paham akad syariah. Dalam praktiknya masih banyak pegawai bank syariah yang tidak sepenuhnya memahami hakikat bank syariah. Dalam penyampaian informasi yang diberikan kepada nasabah pun sekedar sebagai pengguguran kewajiban atas tanggung jawab pekerjaan (Rahmanti, 2013).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Seluruh variabel produk, pengetahuan, iklan, jarak dan prosedur secara serentak maupun individu berpengaruh signifikan terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan produk pembiayaan perbankan syariah dan konvensional. Sehingga dapat disimpulkan, semakin baik produk perbankan, pengetahuan UMKM, banyaknya jaringan bank dan prosedur pembiayaan akan semakin meningkatkan keputusan UMKM dalam menggunakan produk pembiayaan perbankan.
2. Hasil uji beda tidak menunjukkan adanya perbedaan pertimbangan UMKM dalam memutuskan menggunakan produk perbankan syariah dengan menggunakan variabel produk, pengetahuan, iklan, jarak dan prosedur yang mempengaruhi keputusan UMKM dalam menggunakan produk pembiayaan bank syariah dan konvensional.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran:

1. Diharapkan bank memiliki lebih banyak produk khusus untuk UMKM dengan mempertimbangan kendala-kendala yang dihadapi UMKM dalam mengakses bank. Perluasan produk tersebut harus diimbangi dengan sosialisasi akan produk kepada UMKM agar UMKM lebih memahi produk-produk bank melalui iklan. Tidak hanya memuat keunggulan produk, iklan

juga harus berisikan tata cara pengajuan pembiayaan ke bank. Sehingga UMKM memahami tidak hanya keunggulan produk perbankan melainkan juga cara mengakses pembiayaan perbankan.

2. Banyak masyarakat yang masih menganggap produk bank syariah dan konvensional sama, sehingga bank syariah perlu memberikan gambaran yang jelas akan keunikan yang dimiliki setiap produk bank syariah. Salah satunya melalui penguatan pengetahuan pegawai bank. Sehingga pegawai bank terutama yang berhubungan langsung dengan UMKM tidak hanya sebatas menjelaskan untuk menggugurkan kewajiban, namun juga memberikan pembelajaran kepada masyarakat mengenai perbankan syariah.



DAFTAR PUSTAKA

- Abe, Troilo dan Batsaikhan. 2015. Financing small and medium enterprises in Asia and the Pacific. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*. Vol. 4 (No. 1) : 2-32
- Alfansi, Lizar, 2010. *Financial Services Marketing*. Jakarta : Salemba Empat
- Alyas dan Rakib. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros). *Sosiohumaniora*, Vol. 19 (No. 2)
- Arief, Sritua. 2006. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Jakarta : Universitas Indonesia (UI-Press).
- Antonio, M. Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Penerbit Gema Insani.
- Bank Indonesia. 2016. Laporan Tahunan bank indonesia. <http://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan-tahunan/bi> diakses pada 25 Januari 2018
- Chamidun, Ali. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syariah (Studi Di BMT Barokah Magelang). Skripsi. Salatiga : Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam
- Chikmah, Achasih N. 2014. Analisis Perbandingan Sistem Pemberian Kredit Bank Konvensional Dengan Pembiayaan Bank Syariah Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Akuntansi Unesa*. Vol 2 (No 2)
- Efriyenty dan Janrosl. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Kredit Oleh Pelaku Usaha Kecil Menengah Pada Debitur Bank Perkreditan Rakyat Kota Batam. *Jurnal Akrab Juara*. Vol 2 (No. 3)
- Dayyan, Muhammad. 2016. Resistensi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Langsa. Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen. Volume 6 (2)
- Damayanti, Esti. 2016. Perbandingan Pembiayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Dan Bank Mandiri). *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krishnadwipayana*. Vol 3 (No 2)
- Djuarni, Wenny. 2011. Analisis Perbandingan Metode Pemberian Kredit di Bank Konvensional dengan Pembiayaan Musyarakah di Bank Syariah pada PT Bank Jabar Banten dan PT Bank Jabar Syariah Tbk. *Prosiding SNaPP2011: Sosial, Ekonomi, dan Humaniora*. Vol 2 (No.1)
- Du, Bian, and Gan. 2017. Bank Competition, Government Intervention And SME Debt Financing. *China Finance Review International*. Vol. 7 (No. 4) : 478-492

- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. Edisi ke 5. Semarang: Universitas Diponegoro
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Hadiwidjaja, Rini Dwiyan and Hartati, Noorina. 2017. Tinjauan Umum Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Indonesia: Permasalahan dan Strategi. *In: Kewirausahaan Dalam Multi Perspektif*. Universitas Terbuka, Tangerang Selatan
- Hapsari, Hakim, dan Soeaidy. 2014. Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi di Pemerintah Kota Batu). *Wacana*. Vol. 17 (No. 2)
- Hapsar, Ira Maya. 2014. Identifikasi Berbagai Permasalahan Yang Dihadapi Oleh Ukm Dan Peninjauan Kembali Regulasi UKM Sebagai Langkah Awal Revitalisasi Ukm. *Permana – Vol . 5* (No.2)
- Irwin, D. and Scott, Jonathan. 2010. Barriers Faced By Smes In Raising Bank Finance. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. Vol 16 (No. 3)
- Ismail, 2013. *Manajemen perbankan*. Kharisma Putra Utama. Jakarta.2010
- Jatun dan Magnadi. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Mengambil Pembiayaan Pada Kospin Jasa Layanan Syaria Pekalongan. *Diponegoro Journal Of Managemen* Vol 4 (No.2)
- Karim, Adwarman A. 2016. *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Kasmir. 2013 .*Manajemen Perbankan*. Jakarta : Rajawali Press
- Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah. 2015. Membangun Koperasi dan UMKM Sebagai Ketahanan Ekonomi Nasional. Jakarta: Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah
- Khusaini, Muhammad. 2013. *Ekonomi Mikro : Dasar-Dasar Teori*. Malang : UB Pres
- Lestari, Restani. 2013. Perbankan Syariah Sebagai Daya Pendorong Usaha Mikro Kecil Menengah Di Indonesia. *Jurnal & Proceeding FEB UNSEOD* Vol 3 (No.1)
- LIPI dan BI. 2015. *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: LIPI dan BI
- Lundahl, Vegholm, dan Silver. 2009. Technical And Functional Determinants Of Customer Satisfaction In The Bank- SME Relationship". *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 19 (No.5)

- Otoritas Jasa Keuangan. 2017. Statistik Perbankan Indonesia. <http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---November-2017/> diakses pada 17 Januari 2018
- Otoritas Jasa Keuangan . 2017. *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017)*.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/ 22 /PBI/2012 Tentang Pemberian Kredit Atau Pembiayaan Oleh Bank Umum Dan Bantuan Teknis Dalam Rangka Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 17/12/PBI/2015 Tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/22/PBI/2012 Tentang Pemberian Kredit Atau Pembiayaan Oleh Bank Umum Dan Bantuan Teknis Dalam Rangka Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*
- Peter, J. Paul, Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Salemba empat
- Pindyck, Robert S. dan Rubinfeld, Daniel L. 2007. *Mikroekonomi*. Jakatra: Indeks.
- Prasety, Eko. 2008. Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Dalam Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan Dan Pengangguran. *Akmenika UPY*. Vol 2
- Rahmanti, Virginia. 2013. Mengapa Perbankan Syariah Masih Disamakan Dengan Perbankan Konvensional?. *Rahmanti Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi Islam*. Vol 1 (No 1)
- Rivai, Veithzal dan Arifin, Arviyan. 2010. *Islamic Banking. Sebuah Teori,Konsep, dan Aplikasi*. Jakarta : Bumi Aksara
- Rivai, Lukviarman, Syafrizal, Lukman, Andrianus, dan Masrizal. Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah Vs Bank Konvensional. *Bank Indonesia dan Center for Banking Research (CBR)-Andalas University*.<http://www.bi.go.id/id/publikasi/perbankan-dan-stabilitas/arsitektur/Pages/api17.aspx> diakses pada 28 November 2017
- Respatiningsih, Hesti. 2011. Manajemen Kredit Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *SEGMENT Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Reksoprayitno, Soediyono. 2011. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Yogyakarta : BPFE.
- Rustam, Bambang Rianto. 2013. *Manajemen risiko perbankan syariah di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sari, Fitri Ratna. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit. *Jurnal Skripsi*. Surakarta : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

- Situngkir, Elsarida, 2008. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Memutuskan Pengambilan Kredit Pada PT Bank Internasional Indonesia (BII) Medan. *FE Universitas Sumatera Utara*.
- Santoso dan Nuritomo. 2014. *Bank dan Lembaga keuangan Lain* Jakarta : Salemba Empat
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis : Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta : Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2015. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Kosumen*. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA
- Suci, Yuli Rahmini. 2017. Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* Vol. 6 (No. 1)
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tumwine, S., Akisimire,R., Kamukama, N., dan Mutaremwa, G. 2015. A Borrowing Cost Model For Effective Performance Of SMEs In Uganda. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, Vol. 11 (No. 2) : 74-89
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 . *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*
- Wahyono, S. Imam. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta : Salemba Empat
- Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Widarjono, Agus. 2010. Analisis statistika multivariat terapan. Yogyakarta : UPP STIM YKPN
- Zulganef. 2013. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- <http://pelakuekonomi.malangkota.go.id> diakses pada 15 Januari 2018

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Quisioner Penelitian Bank Konvensional

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN UMKM DALAM MENGGUNAKAN PRODUK KREDIT PERBANKAN SYARIAH DAN KONVENSIONAL (STUDI PADA UMKM KOTA MALANG)

Bapak/ibu/saudara/i yang saya hormati :

Saya Nida Khoirun Nisa, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang, saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk kepentingan tugas akhir kuliah (skripsi). Saya membutuhkan bantuan Anda untuk menjadi responden dalam penelitian saya dengan mengisi kuesioner ini. Diharapkan responden mengisi kuisisioner ini dengan sebaik-baiknya karena jawaban Anda tidak dilihat dari benar atau salah dan kerahasiaan jawaban Anda terjamin. Atas bantuan, kesediaan waktu, dan kerjasamanya saya ucapkan banyak terimakasih. Berikut ini terdapat sejumlah **pernyataan**. Anda diminta memilih pernyataan **yang sesuai dengan diri Anda**. Berilah **tanda centang (✓)** pada jawaban yang Anda pilih dari keempat alternatif jawaban yang tersedia pada tiap-tiap pernyataan, yaitu:

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

Data UMKM

Nama (nama usaha) :

Umur :

Pendidikan terakhir :

Jenis usaha :

Apakah anda menggunakan produk kredit di bank konvensional? Ya / Tidak

a. Produk kredit

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Besaran bunga di bank yang saya pilih kompetitif				
2.	Terdapat produk kredit khusus untuk UMKM				

3.	Jangka waktu pelunasan sesuai dengan keinginan				
4.	Bank yang saya pilih lebih menguntungkan secara ekonomi dibandingkan bank lain				

b. Pengetahuan Terhadap Bank

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya mengetahui adanya bank syariah				
2.	Saya mengetahui hukum islam mengenai bunga				
3.	Saya mengetahui perbedaan bunga dan bagi hasil				
4.	Saya mengetahui perhitungan bunga				

c. Jarak Dari Rumah ke Bank

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Jarak dari rumah ke bank dekat				
2.	Kantor cabang bank banyak sehingga memudahkan proses pembayaran angsuran				
3.	Akses dari rumah ke bank mudah (bisa ditempuh dengan angkutan umum)				
4.	Berapa kilo meter jarak dari rumah ke bank ?				

d. Iklan Bank

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Adanya brosur kredit dari bank				
2.	Adanya penawaran dari bank untuk melakukan kredit				
3.	Pernah ada sosialisasi mengenai kredit dari bank				

e. Prosedur Kredit

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Nilai jaminan sesuai dengan besarnya kredit				
2.	Jaminan yang disyaratkan tidak memberatkan nasabah				
3.	Syarat-syarat kredit mudah dipenuhi				
4.	Proses dari pengajuan hingga pencairan dana cepat				
5.	Jaminan yang saya gunakan adalah ?.....				

Lampiran 2 : **Quisioner Penelitian Bank Syariah****ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN UMKM DALAM MENGGUNAKAN PRODUK KREDIT PERBANKAN SYARIAH DAN KONVENSIONAL (STUDI PADA UMKM KOTA MALANG)**

Bapak/ibu/saudara/i yang saya hormati :

Saya Nida Khoirun Nisa selaku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang, saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk kepentingan tugas akhir kuliah (skripsi). Saya membutuhkan bantuan Anda untuk menjadi responden dalam penelitian saya dengan mengisi kuesioner ini. Diharapkan responden mengisi kuisisioner ini dengan sebaik-baiknya karena jawaban Anda tidak dilihat dari benar atau salah dan kerahasiaan jawaban Anda terjamin. Atas bantuan, kesediaan waktu, dan kerjasamanya saya ucapkan banyak terimakasih.

Berikut ini terdapat sejumlah **pernyataan**. Anda diminta memilih pernyataan **yang sesuai dengan diri Anda**. Berilah **tanda centang (√)** pada jawaban yang Anda pilih dari keempat alternatif jawaban yang tersedia pada tiap-tiap pernyataan, yaitu:

- SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 TS : Tidak Setuju
 STS : Sangat Tidak Setuju

Data UMKM

Nama (nama usaha) :
 Umur :
 Pendidikan terakhir :
 Jenis usaha :

Apakan anda menggunakan produk kredit di bank syariah? Ya / Tidak

a. Produk pembiayaan

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Besaran bagi hasil di bank yang saya pilih kompetitif				
2.	Terdapat produk pembiayaan khusus untuk UMKM				
3.	Jangka waktu pelunasan sesuai dengan keinginan				
4.	Bank yang saya pilih lebih menguntungkan secara				

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
	ekonomi dibandingkan bank lain				

b. Pengetahuan Terhadap Bank Syariah

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya mengetahui produk-produk perbankan syariah				
2.	Saya mengetahui bahwa bunga dilarang dalam islam				
3.	Saya mengetahui perbedaan bunga dan bagi hasil				
4.	Saya mengerti perhitungan bagi hasil				

c. Jarak Dari Rumah ke Bank

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Jarak dari rumah ke bank dekat				
2.	Kantor cabang bank banyak sehingga memudahkan proses pembayaran angsuran				
3.	Akses dari rumah ke bank mudah (bisa ditempuh dengan angkutan umum)				
4.	Berapa kilo meter jarak dari rumah ke bank ?				

d. Iklan Bank

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Adanya brosur pembiayaan dari bank				
2.	Adanya penawaran dari bank untuk melakukan pembiayaan				
3.	Pernah ada sosialisasi mengenai pembiayaan dari bank				

e. Prosedur Pembiayaan

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Nilai jaminan sesuai dengan besarnya kredit				
2.	Jaminan yang disyaratkan tidak memberatkan nasabah				
3.	Syarat-syarat pembiayaan mudah dipenuhi				
4.	Proses dari pengajuan hingga pencairan dana cepat				
5.	Jaminan yang saya gunakan adalah ?.....				

Lampiran 3 : Tabulasi Kuisiomer

No.	y	X1 (Produk)				Total X1	X2 (Pengetahuan)				Total X2	X3 (Jarak)			Total X3	X4 (Iklan)			Total X4	X5 (Prosedur)				total X5
1	1	3	3	3	3	12	3	2	3	3	11	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	3	12
2	1	4	4	2	2	12	3	2	3	3	11	3	3	3	9	2	4	3	9	3	3	4	2	12
3	0	3	3	4	3	13	4	3	3	2	12	4	3	3	10	4	3	4	11	3	3	2	4	12
4	1	3	3	2	4	12	4	2	4	4	14	2	2	4	8	2	3	3	8	2	3	2	2	9
5	1	3	3	2	3	11	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	2	8	2	4	1	4	11
6	1	3	3	3	2	11	4	3	3	2	12	4	4	4	12	4	4	2	10	4	3	4	3	14
7	1	1	3	2	2	8	4	4	3	4	15	4	4	3	11	3	3	3	9	3	4	3	3	13
8	1	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	2	4	10	3	3	4	10	4	4	4	4	16
9	0	3	3	3	3	12	2	2	3	2	9	3	3	2	8	1	2	2	5	3	2	4	4	13
10	1	3	3	3	3	12	4	4	3	2	13	3	3	3	9	4	3	3	10	3	2	3	3	11
11	1	3	3	3	3	12	3	2	3	4	12	4	3	4	11	4	3	4	11	3	4	4	3	14
12	0	1	2	2	2	7	2	2	2	1	7	3	4	4	11	4	3	3	10	3	3	3	3	12
13	1	3	3	3	2	11	4	4	4	4	16	2	3	3	8	4	4	4	12	2	2	2	3	9
14	1	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	2	1	3	6	4	2	4	10	1	2	2	1	6
15	1	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	2	2	1	5	3	3	3	3	12
16	0	3	2	2	2	9	3	2	2	3	10	1	2	1	4	2	2	2	6	3	2	2	2	9
17	1	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
18	1	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
19	1	2	3	3	4	12	3	4	2	3	12	4	2	4	10	2	3	4	9	1	1	2	2	6
20	1	3	4	4	4	15	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	9	2	2	2	3	9
21	1	3	3	3	4	13	4	4	3	4	15	4	4	4	12	4	4	3	11	2	2	3	3	10
22	0	3	4	2	4	13	1	3	3	2	9	2	1	3	6	3	2	2	7	2	2	1	2	7
23	1	4	4	4	4	16	1	2	2	2	7	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	4	3	13
24	1	3	3	4	4	14	3	3	3	3	12	3	3	4	10	3	3	4	10	4	4	3	4	15
25	1	2	3	3	2	10	3	2	4	3	12	3	4	4	11	3	4	4	11	3	3	4	3	13

26	0	2	2	4	3	11	2	3	2	2	9	1	1	3	5	4	3	1	8	3	3	2	3	11
27	0	1	1	2	3	7	2	2	2	2	8	2	3	3	8	3	2	4	9	3	3	2	2	10
28	0	1	2	1	2	6	4	3	3	3	13	1	2	2	5	4	2	2	8	2	2	3	3	10
29	1	4	3	3	2	12	2	3	3	4	12	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	3	1	12
30	1	4	3	3	4	14	3	4	3	2	12	3	3	4	10	3	3	3	9	4	3	4	3	14
31	0	4	4	3	3	14	4	3	3	4	14	3	4	3	10	2	1	1	4	4	3	4	4	15
32	1	3	3	4	3	13	3	4	4	3	14	4	4	4	12	3	3	4	10	3	3	4	4	14
33	1	3	3	4	4	14	2	4	3	4	13	4	3	3	10	4	3	3	10	3	4	3	4	14
34	0	3	3	4	4	14	2	2	3	1	8	1	2	2	5	2	3	2	7	4	4	2	3	13
35	1	3	2	3	3	11	3	2	2	1	8	3	2	3	8	4	4	4	12	2	3	3	4	12
36	1	3	3	4	3	13	4	3	3	4	14	3	3	4	10	4	3	3	10	4	4	4	3	15
37	1	3	2	2	3	10	3	3	3	3	12	2	3	3	8	3	3	4	10	4	4	4	3	15
38	1	4	2	2	4	12	3	2	3	3	11	3	2	2	7	2	3	2	7	3	3	3	4	13
39	1	3	2	4	4	13	4	2	3	3	12	3	4	4	11	4	3	3	10	4	4	4	3	15
40	1	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	2	4	2	8	2	3	4	9	3	3	4	3	13
41	1	3	3	4	3	13	3	3	4	4	14	3	2	4	9	3	3	3	9	4	4	3	4	15
42	0	1	2	3	3	9	1	2	2	2	7	2	2	2	6	3	2	2	7	4	3	4	3	14
43	0	4	2	3	3	12	2	3	3	4	12	1	2	2	5	4	2	3	9	2	3	3	3	11
44	1	3	4	4	3	14	2	4	3	2	11	4	4	4	12	3	4	3	10	4	2	4	4	14
45	1	3	4	3	3	13	3	3	4	4	14	3	3	3	9	3	3	3	9	2	3	3	3	11
46	1	3	4	3	4	14	2	3	3	4	12	3	4	4	11	3	4	4	11	3	3	3	3	12
47	0	2	1	3	3	9	2	2	3	2	9	3	1	4	8	4	2	4	10	4	4	3	4	15
48	0	2	2	4	2	10	3	2	1	3	9	2	2	2	6	2	3	3	8	2	2	3	3	10
49	1	4	3	3	4	14	3	4	3	3	13	2	3	4	9	4	4	4	12	4	4	3	4	15
50	1	3	3	4	3	13	1	2	2	2	7	4	4	4	12	3	3	4	10	3	4	3	3	13
51	0	3	3	2	3	11	2	3	3	3	11	1	3	2	6	2	3	1	6	4	2	3	3	12
52	1	4	3	3	4	14	3	3	3	4	13	3	4	3	10	3	2	4	9	4	4	3	3	14
53	1	3	3	3	2	11	2	1	2	2	7	3	4	4	11	2	1	2	5	4	3	4	4	15
54	1	4	4	4	4	16	3	4	3	3	13	3	3	4	10	3	3	3	9	3	4	3	3	13

55	1	3	3	3	4	13	3	2	2	2	9	3	4	3	10	4	3	3	10	4	3	3	3	13
56	1	3	2	3	2	10	3	4	3	4	14	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	4	16
57	0	2	4	3	4	13	3	2	4	4	13	4	4	3	11	4	4	4	12	1	3	2	2	8
58	1	1	2	4	3	10	3	3	3	3	12	3	4	4	11	3	3	4	10	3	4	3	4	14
59	1	3	4	4	4	15	4	3	3	3	13	3	3	3	9	4	3	3	10	3	4	3	4	14
60	1	1	2	2	3	8	4	4	3	3	14	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	3	4	15
61	1	3	3	4	4	14	1	2	2	2	7	3	1	3	7	4	4	3	11	3	4	4	2	13
62	0	3	3	3	3	12	2	2	3	2	9	1	2	2	5	3	2	2	7	3	2	2	2	9
63	1	4	3	3	4	14	3	2	2	4	11	4	3	4	11	3	3	4	10	3	3	3	4	13
64	1	2	3	2	2	9	3	4	4	4	15	4	3	3	10	3	4	3	10	3	4	4	3	14
65	1	4	1	2	2	9	4	4	4	4	16	3	4	4	11	3	4	4	11	3	2	4	2	11
66	0	3	2	3	4	12	3	4	2	2	11	3	3	4	10	4	4	3	11	2	3	2	3	10
67	1	3	4	4	3	14	3	4	3	4	14	4	3	4	11	3	4	3	10	3	4	3	4	14
68	1	4	3	3	3	13	3	4	4	4	15	2	1	2	5	4	2	3	9	3	3	4	1	11
69	1	4	4	3	3	14	4	3	3	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
70	1	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12	4	3	4	11	4	3	3	10	4	3	3	4	14
71	1	3	3	2	2	10	3	3	3	4	13	3	4	3	10	4	4	4	12	3	4	4	3	14
72	0	3	2	2	2	9	3	2	2	3	10	1	2	1	4	2	2	2	6	1	2	2	2	7
73	1	3	3	3	4	13	4	4	3	3	14	4	3	4	11	3	3	3	9	3	3	3	3	12
74	1	3	2	2	2	9	3	4	4	4	15	2	3	4	9	3	4	4	11	3	3	2	2	10
75	1	3	3	3	4	13	3	2	2	3	10	4	4	3	11	4	1	3	8	2	4	2	4	12
76	1	1	3	3	1	8	3	4	3	3	13	4	4	4	12	2	3	2	7	4	3	3	3	13
77	1	4	4	4	4	16	3	2	3	2	10	4	3	4	11	3	3	3	9	4	3	3	3	13
78	1	2	1	3	4	10	3	2	4	2	11	4	3	3	10	3	3	4	10	4	4	3	3	14
79	1	4	3	3	3	13	3	3	4	3	13	3	4	4	11	4	4	4	12	4	3	3	3	13
80	0	1	2	1	2	6	4	3	3	3	13	1	2	1	4	3	2	2	7	2	2	3	1	8
81	1	4	3	3	4	14	2	3	2	3	10	3	3	3	9	2	3	3	8	3	4	3	2	12
82	1	1	2	2	3	8	3	2	2	3	10	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	3	12
83	0	4	4	2	4	14	4	2	3	4	13	3	3	3	9	3	2	2	7	3	3	3	3	12

84	1	2	2	3	1	8	2	2	3	2	9	4	4	3	11	3	2	4	9	3	4	3	4	14
85	1	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	3	3	2	8	2	2	2	6	2	2	3	2	9
86	0	3	3	4	4	14	2	2	3	1	8	1	2	2	5	2	3	2	7	1	3	2	3	9
87	0	1	2	3	3	9	1	2	2	2	7	2	2	2	6	3	2	2	7	2	3	2	3	10
88	1	2	4	3	2	11	4	3	3	3	13	4	1	4	9	3	3	3	9	3	4	3	4	14
89	1	4	4	4	4	16	2	1	2	2	7	1	4	3	8	4	3	4	11	4	3	2	3	12
90	1	4	2	1	3	10	4	2	4	4	14	3	3	3	9	4	4	4	12	2	3	2	3	10
91	0	4	2	3	3	12	2	3	3	4	12	4	4	3	11	4	2	3	9	2	2	3	2	9
92	0	2	1	3	3	9	2	2	3	2	9	3	1	1	5	4	2	4	10	1	3	3	1	8
93	1	2	3	3	3	11	2	2	3	3	10	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	3	4	15
94	1	2	2	4	2	10	3	4	4	4	15	3	2	4	9	4	4	3	11	3	1	3	2	9
95	1	2	2	4	2	10	4	4	4	3	15	3	2	4	9	4	3	3	10	2	2	3	3	10
96	0	3	3	2	3	11	2	3	3	3	11	3	2	3	8	2	3	4	9	2	2	1	1	6

Lampiran 4 : Hasil *MSI*

No.	X1 (Produk)				X2 (Pengetahuan)				X3 (Jarak)			X4 (Iklan)			X5 (Prosedur)			
1	2,69	3,186	3,183	3,255	3,023	2,495	3,651	3,097	2,607	2,785	4,021	3,388	3,21	2,945	2,913	3,254	3,224	2,884
2	3,936	4,422	2,099	2,215	3,023	2,495	3,651	3,097	2,607	2,785	2,791	2,315	4,452	2,945	2,913	3,254	4,499	1,887
3	2,69	3,186	4,429	3,255	4,239	3,555	3,651	2,121	3,822	2,785	2,791	4,625	3,21	4,149	2,913	3,254	2,099	4,145
4	2,69	3,186	2,099	4,456	4,239	2,495	5	4,249	1,773	1,928	4,021	2,315	3,21	2,945	1,969	3,254	2,099	1,887
5	2,69	3,186	2,099	3,255	3,023	3,555	3,651	3,097	2,607	2,785	2,791	3,388	3,21	1,997	1,969	4,476	1	4,145
6	2,69	3,186	3,183	2,215	4,239	3,555	3,651	2,121	3,822	3,931	4,021	4,625	4,452	1,997	4,101	3,254	4,499	2,884
7	1	3,186	2,099	2,215	4,239	4,629	3,651	4,249	3,822	3,931	2,791	3,388	3,21	2,945	2,913	4,476	3,224	2,884
8	3,936	3,186	4,429	4,456	4,239	4,629	5	4,249	3,822	1,928	4,021	3,388	3,21	4,149	4,101	4,476	4,499	4,145
9	2,69	3,186	3,183	3,255	2,007	2,495	3,651	2,121	2,607	2,785	1,903	1	2,121	1,997	2,913	2,192	4,499	4,145
10	2,69	3,186	3,183	3,255	4,239	4,629	3,651	2,121	2,607	2,785	2,791	4,625	3,21	2,945	2,913	2,192	3,224	2,884
11	2,69	3,186	3,183	3,255	3,023	2,495	3,651	4,249	3,822	2,785	4,021	4,625	3,21	4,149	2,913	4,476	4,499	2,884
12	1	2,095	2,099	2,215	2,007	2,495	2,367	1	2,607	3,931	4,021	4,625	3,21	2,945	2,913	3,254	3,224	2,884
13	2,69	3,186	3,183	2,215	4,239	4,629	5	4,249	1,773	2,785	2,791	4,625	4,452	4,149	1,969	2,192	2,099	2,884
14	3,936	4,422	4,429	4,456	3,023	3,555	5	3,097	1,773	1	2,791	4,625	2,121	4,149	1	2,192	2,099	1
15	2,69	3,186	3,183	3,255	3,023	3,555	3,651	3,097	2,607	2,785	2,791	2,315	2,121	1	2,913	3,254	3,224	2,884
16	2,69	2,095	2,099	2,215	3,023	2,495	2,367	3,097	1	1,928	1	2,315	2,121	1,997	2,913	2,192	2,099	1,887
17	3,936	4,422	4,429	4,456	3,023	3,555	5	3,097	3,822	3,931	4,021	4,625	4,452	4,149	4,101	4,476	4,499	4,145
18	2,69	3,186	3,183	3,255	4,239	4,629	5	4,249	2,607	2,785	2,791	3,388	3,21	2,945	2,913	3,254	3,224	2,884
19	1,791	3,186	3,183	4,456	3,023	4,629	2,367	3,097	3,822	1,928	4,021	2,315	3,21	4,149	1	1	2,099	1,887
20	2,69	4,422	4,429	4,456	3,023	3,555	3,651	3,097	2,607	2,785	2,791	3,388	3,21	2,945	1,969	2,192	2,099	2,884
21	2,69	3,186	3,183	4,456	4,239	4,629	3,651	4,249	3,822	3,931	4,021	4,625	4,452	2,945	1,969	2,192	3,224	2,884
22	2,69	4,422	2,099	4,456	1	3,555	3,651	2,121	1,773	1	2,791	3,388	2,121	1,997	1,969	2,192	1	1,887
23	3,936	4,422	4,429	4,456	1	2,495	2,367	2,121	2,607	2,785	2,791	3,388	4,452	2,945	2,913	3,254	4,499	2,884
24	2,69	3,186	4,429	4,456	3,023	3,555	3,651	3,097	2,607	2,785	4,021	3,388	3,21	4,149	4,101	4,476	3,224	4,145
25	1,791	3,186	3,183	2,215	3,023	2,495	5	3,097	2,607	3,931	4,021	3,388	4,452	4,149	2,913	3,254	4,499	2,884
26	1,791	2,095	4,429	3,255	2,007	3,555	2,367	2,121	1	1	2,791	4,625	3,21	1	2,913	3,254	2,099	2,884

No.	X1 (Produk)				X2 (Pengetahuan)				X3 (Jarak)			X4 (Iklan)			X5 (Prosedur)			
27	1	1	2,099	3,255	2,007	2,495	2,367	2,121	1,773	2,785	2,791	3,388	2,121	4,149	2,913	3,254	2,099	1,887
28	1	2,095	1	2,215	4,239	3,555	3,651	3,097	1	1,928	1,903	4,625	2,121	1,997	1,969	2,192	3,224	2,884
29	3,936	3,186	3,183	2,215	2,007	3,555	3,651	4,249	2,607	3,931	4,021	4,625	4,452	4,149	4,101	4,476	3,224	1
30	3,936	3,186	3,183	4,456	3,023	4,629	3,651	2,121	2,607	2,785	4,021	3,388	3,21	2,945	4,101	3,254	4,499	2,884
31	3,936	4,422	3,183	3,255	4,239	3,555	3,651	4,249	2,607	3,931	2,791	2,315	1	1	4,101	3,254	4,499	4,145
32	2,69	3,186	4,429	3,255	3,023	4,629	5	3,097	3,822	3,931	4,021	3,388	3,21	4,149	2,913	3,254	4,499	4,145
33	2,69	3,186	4,429	4,456	2,007	4,629	3,651	4,249	3,822	2,785	2,791	4,625	3,21	2,945	2,913	4,476	3,224	4,145
34	2,69	3,186	4,429	4,456	2,007	2,495	3,651	1	1	1,928	1,903	2,315	3,21	1,997	4,101	4,476	2,099	2,884
35	2,69	2,095	3,183	3,255	3,023	2,495	2,367	1	2,607	1,928	2,791	4,625	4,452	4,149	1,969	3,254	3,224	4,145
36	2,69	3,186	4,429	3,255	4,239	3,555	3,651	4,249	2,607	2,785	4,021	4,625	3,21	2,945	4,101	4,476	4,499	2,884
37	2,69	2,095	2,099	3,255	3,023	3,555	3,651	3,097	1,773	2,785	2,791	3,388	3,21	4,149	4,101	4,476	4,499	2,884
38	3,936	2,095	2,099	4,456	3,023	2,495	3,651	3,097	2,607	1,928	1,903	2,315	3,21	1,997	2,913	3,254	3,224	4,145
39	2,69	2,095	4,429	4,456	4,239	2,495	3,651	3,097	2,607	3,931	4,021	4,625	3,21	2,945	4,101	4,476	4,499	2,884
40	2,69	3,186	3,183	3,255	3,023	3,555	3,651	3,097	1,773	3,931	1,903	2,315	3,21	4,149	2,913	3,254	4,499	2,884
41	2,69	3,186	4,429	3,255	3,023	3,555	5	4,249	2,607	1,928	4,021	3,388	3,21	2,945	4,101	4,476	3,224	4,145
42	1	2,095	3,183	3,255	1	2,495	2,367	2,121	1,773	1,928	1,903	3,388	2,121	1,997	4,101	3,254	4,499	2,884
43	3,936	2,095	3,183	3,255	2,007	3,555	3,651	4,249	1	1,928	1,903	4,625	2,121	2,945	1,969	3,254	3,224	2,884
44	2,69	4,422	4,429	3,255	2,007	4,629	3,651	2,121	3,822	3,931	4,021	3,388	4,452	2,945	4,101	2,192	4,499	4,145
45	2,69	4,422	3,183	3,255	3,023	3,555	5	4,249	2,607	2,785	2,791	3,388	3,21	2,945	1,969	3,254	3,224	2,884
46	2,69	4,422	3,183	4,456	2,007	3,555	3,651	4,249	2,607	3,931	4,021	3,388	4,452	4,149	2,913	3,254	3,224	2,884
47	1,791	1	3,183	3,255	2,007	2,495	3,651	2,121	2,607	1	4,021	4,625	2,121	4,149	4,101	4,476	3,224	4,145
48	1,791	2,095	4,429	2,215	3,023	2,495	1	3,097	1,773	1,928	1,903	2,315	3,21	2,945	1,969	2,192	3,224	2,884
49	3,936	3,186	3,183	4,456	3,023	4,629	3,651	3,097	1,773	2,785	4,021	4,625	4,452	4,149	4,101	4,476	3,224	4,145
50	2,69	3,186	4,429	3,255	1	2,495	2,367	2,121	3,822	3,931	4,021	3,388	3,21	4,149	2,913	4,476	3,224	2,884
51	2,69	3,186	2,099	3,255	2,007	3,555	3,651	3,097	1	2,785	1,903	2,315	3,21	1	4,101	2,192	3,224	2,884
52	3,936	3,186	3,183	4,456	3,023	3,555	3,651	4,249	2,607	3,931	2,791	3,388	2,121	4,149	4,101	4,476	3,224	2,884
53	2,69	3,186	3,183	2,215	2,007	1	2,367	2,121	2,607	3,931	4,021	2,315	1	1,997	4,101	3,254	4,499	4,145
54	3,936	4,422	4,429	4,456	3,023	4,629	3,651	3,097	2,607	2,785	4,021	3,388	3,21	2,945	2,913	4,476	3,224	2,884

No.	X1 (Produk)				X2 (Pengetahuan)				X3 (Jarak)			X4 (Iklan)			X5 (Prosedur)			
55	2,69	3,186	3,183	4,456	3,023	2,495	2,367	2,121	2,607	3,931	2,791	4,625	3,21	2,945	4,101	3,254	3,224	2,884
56	2,69	2,095	3,183	2,215	3,023	4,629	3,651	4,249	3,822	3,931	4,021	4,625	4,452	2,945	4,101	4,476	4,499	4,145
57	1,791	4,422	3,183	4,456	3,023	2,495	5	4,249	3,822	3,931	2,791	4,625	4,452	4,149	1	3,254	2,099	1,887
58	1	2,095	4,429	3,255	3,023	3,555	3,651	3,097	2,607	3,931	4,021	3,388	3,21	4,149	2,913	4,476	3,224	4,145
59	2,69	4,422	4,429	4,456	4,239	3,555	3,651	3,097	2,607	2,785	2,791	4,625	3,21	2,945	2,913	4,476	3,224	4,145
60	1	2,095	2,099	3,255	4,239	4,629	3,651	3,097	3,822	3,931	4,021	3,388	3,21	2,945	4,101	4,476	3,224	4,145
61	2,69	3,186	4,429	4,456	1	2,495	2,367	2,121	2,607	1	2,791	4,625	4,452	2,945	2,913	4,476	4,499	1,887
62	2,69	3,186	3,183	3,255	2,007	2,495	3,651	2,121	1	1,928	1,903	3,388	2,121	1,997	2,913	2,192	2,099	1,887
63	3,936	3,186	3,183	4,456	3,023	2,495	2,367	4,249	3,822	2,785	4,021	3,388	3,21	4,149	2,913	3,254	3,224	4,145
64	1,791	3,186	2,099	2,215	3,023	4,629	5	4,249	3,822	2,785	2,791	3,388	4,452	2,945	2,913	4,476	4,499	2,884
65	3,936	1	2,099	2,215	4,239	4,629	5	4,249	2,607	3,931	4,021	3,388	4,452	4,149	2,913	2,192	4,499	1,887
66	2,69	2,095	3,183	4,456	3,023	4,629	2,367	2,121	2,607	2,785	4,021	4,625	4,452	2,945	1,969	3,254	2,099	2,884
67	2,69	4,422	4,429	3,255	3,023	4,629	3,651	4,249	3,822	2,785	4,021	3,388	4,452	2,945	2,913	4,476	3,224	4,145
68	3,936	3,186	3,183	3,255	3,023	4,629	5	4,249	1,773	1	1,903	4,625	2,121	2,945	2,913	3,254	4,499	1
69	3,936	4,422	3,183	3,255	4,239	3,555	3,651	4,249	3,822	3,931	4,021	4,625	4,452	4,149	4,101	4,476	4,499	4,145
70	2,69	3,186	4,429	3,255	3,023	3,555	3,651	3,097	3,822	2,785	4,021	4,625	3,21	2,945	4,101	3,254	3,224	4,145
71	2,69	3,186	2,099	2,215	3,023	3,555	3,651	4,249	2,607	3,931	2,791	4,625	4,452	4,149	2,913	4,476	4,499	2,884
72	2,69	2,095	2,099	2,215	3,023	2,495	2,367	3,097	1	1,928	1	2,315	2,121	1,997	1	2,192	2,099	1,887
73	2,69	3,186	3,183	4,456	4,239	4,629	3,651	3,097	3,822	2,785	4,021	3,388	3,21	2,945	2,913	3,254	3,224	2,884
74	2,69	2,095	2,099	2,215	3,023	4,629	5	4,249	1,773	2,785	4,021	3,388	4,452	4,149	2,913	3,254	2,099	1,887
75	2,69	3,186	3,183	4,456	3,023	2,495	2,367	3,097	3,822	3,931	2,791	4,625	1	2,945	1,969	4,476	2,099	4,145
76	1	3,186	3,183	1	3,023	4,629	3,651	3,097	3,822	3,931	4,021	2,315	3,21	1,997	4,101	3,254	3,224	2,884
77	3,936	4,422	4,429	4,456	3,023	2,495	3,651	2,121	3,822	2,785	4,021	3,388	3,21	2,945	4,101	3,254	3,224	2,884
78	1,791	1	3,183	4,456	3,023	2,495	5	2,121	3,822	2,785	2,791	3,388	3,21	4,149	4,101	4,476	3,224	2,884
79	3,936	3,186	3,183	3,255	3,023	3,555	5	3,097	2,607	3,931	4,021	4,625	4,452	4,149	4,101	3,254	3,224	2,884
80	1	2,095	1	2,215	4,239	3,555	3,651	3,097	1	1,928	1	3,388	2,121	1,997	1,969	2,192	3,224	1
81	3,936	3,186	3,183	4,456	2,007	3,555	2,367	3,097	2,607	2,785	2,791	2,315	3,21	2,945	2,913	4,476	3,224	1,887
82	1	2,095	2,099	3,255	3,023	2,495	2,367	3,097	3,822	3,931	4,021	4,625	4,452	4,149	2,913	3,254	3,224	2,884

No.	X1 (Produk)				X2 (Pengetahuan)				X3 (Jarak)			X4 (Iklan)			X5 (Prosedur)			
83	3,936	4,422	2,099	4,456	4,239	2,495	3,651	4,249	2,607	2,785	2,791	3,388	2,121	1,997	2,913	3,254	3,224	2,884
84	1,791	2,095	3,183	1	2,007	2,495	3,651	2,121	3,822	3,931	2,791	3,388	2,121	4,149	2,913	4,476	3,224	4,145
85	3,936	4,422	3,183	4,456	4,239	4,629	5	4,249	2,607	2,785	1,903	2,315	2,121	1,997	1,969	2,192	3,224	1,887
86	2,69	3,186	4,429	4,456	2,007	2,495	3,651	1	1	1,928	1,903	2,315	3,21	1,997	1	3,254	2,099	2,884
87	1	2,095	3,183	3,255	1	2,495	2,367	2,121	1,773	1,928	1,903	3,388	2,121	1,997	1,969	3,254	2,099	2,884
88	1,791	4,422	3,183	2,215	4,239	3,555	3,651	3,097	3,822	1	4,021	3,388	3,21	2,945	2,913	4,476	3,224	4,145
89	3,936	4,422	4,429	4,456	2,007	1	2,367	2,121	1	3,931	2,791	4,625	3,21	4,149	4,101	3,254	2,099	2,884
90	3,936	2,095	1	3,255	4,239	2,495	5	4,249	2,607	2,785	2,791	4,625	4,452	4,149	1,969	3,254	2,099	2,884
91	3,936	2,095	3,183	3,255	2,007	3,555	3,651	4,249	3,822	3,931	2,791	4,625	2,121	2,945	1,969	2,192	3,224	1,887
92	1,791	1	3,183	3,255	2,007	2,495	3,651	2,121	2,607	1	1	4,625	2,121	4,149	1	3,254	3,224	1
93	1,791	3,186	3,183	3,255	2,007	2,495	3,651	3,097	3,822	3,931	4,021	3,388	4,452	4,149	4,101	4,476	3,224	4,145
94	1,791	2,095	4,429	2,215	3,023	4,629	5	4,249	2,607	1,928	4,021	4,625	4,452	2,945	2,913	1	3,224	1,887
95	1,791	2,095	4,429	2,215	4,239	4,629	5	3,097	2,607	1,928	4,021	4,625	3,21	2,945	1,969	2,192	3,224	2,884
96	2,69	3,186	2,099	3,255	2,007	3,555	3,651	3,097	2,607	1,928	2,791	2,315	3,21	4,149	1,969	2,192	1	1

Lampiran 5 : Uji Validitas dan Reabilitas X1 (Produk)

		Correlations				
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	total_x1
x1.1	Pearson Correlation	1	,451**	,203*	,421**	,752**
	Sig. (2-tailed)		,000	,047	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
x1.2	Pearson Correlation	,451**	1	,315**	,343**	,736**
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,001	,000
	N	96	96	96	96	96
x1.3	Pearson Correlation	,203*	,315**	1	,341**	,634**
	Sig. (2-tailed)	,047	,002		,001	,000
	N	96	96	96	96	96
x1.4	Pearson Correlation	,421**	,343**	,341**	1	,732**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,001		,000
	N	96	96	96	96	96
total_x1	Pearson Correlation	,752**	,736**	,634**	,732**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,679	4

Lampiran 6 : Uji Validitas dan Reabilitas X2 (Pengetahuan)

Correlations						
		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	total_x2
x2.1	Pearson Correlation	1	,406**	,429**	,470**	,765**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
x2.2	Pearson Correlation	,406**	1	,434**	,432**	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
x2.3	Pearson Correlation	,429**	,434**	1	,478**	,740**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96	96
x2.4	Pearson Correlation	,470**	,432**	,478**	1	,790**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96	96
total_x2	Pearson Correlation	,765**	,751**	,740**	,790**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,756	4

Lampiran 7 : Uji Validitas dan Reabilitas X3 (Jarak)

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	total_x3
x3.1	Pearson Correlation	1	,467**	,624**	,857**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96
x3.2	Pearson Correlation	,467**	1	,421**	,776**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96
x3.3	Pearson Correlation	,624**	,421**	1	,820**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96
total_x3	Pearson Correlation	,857**	,776**	,820**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,751	3

Lampiran 8 : Uji Validitas dan Reabilitas X4 (Iklan)

Correlations

		x4.1	x4.2	x4.3	total_x4
x4.1	Pearson Correlation	1	,292**	,386**	,722**
	Sig. (2-tailed)		,004	,000	,000
	N	96	96	96	96
x4.2	Pearson Correlation	,292**	1	,435**	,753**
	Sig. (2-tailed)	,004		,000	,000
	N	96	96	96	96
x4.3	Pearson Correlation	,386**	,435**	1	,810**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96
total_x4	Pearson Correlation	,722**	,753**	,810**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,640	3

Lampiran 9 : Uji Validitas dan Reabilitas X5 (Prosedur)

Correlations						
		x5.1	x5.2	x5.3	x5.4	total_x5
x5.1	Pearson Correlation	1	,483**	,523**	,437**	,829**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
x5.2	Pearson Correlation	,483**	1	,275**	,453**	,739**
	Sig. (2-tailed)	,000		,007	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
x5.3	Pearson Correlation	,523**	,275**	1	,257*	,679**
	Sig. (2-tailed)	,000	,007		,011	,000
	N	96	96	96	96	96
x5.4	Pearson Correlation	,437**	,453**	,257*	1	,728**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,011		,000
	N	96	96	96	96	96
total_x5	Pearson Correlation	,829**	,739**	,679**	,728**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

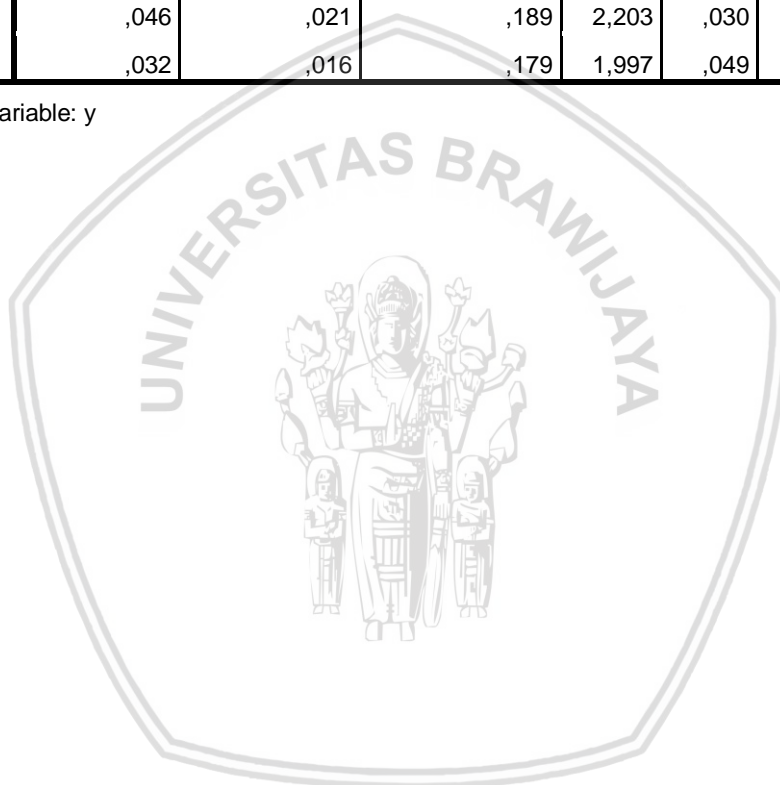
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,733	4

Lampiran 10 : **Hasi Uji Multikoloniaritas**

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-1,583	,284		-5,571	,000		
total_x1	,034	,014	,183	2,400	,018	,963	1,038
total_x2	,045	,014	,252	3,184	,002	,896	1,116
total_x3	,061	,020	,307	3,023	,003	,546	1,832
total_x4	,046	,021	,189	2,203	,030	,763	1,311
total_x5	,032	,016	,179	1,997	,049	,702	1,425

a. Dependent Variable: y



Lampiran 11 : Hasil Regresi Logit

Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
total_x1	,322	,159	4,130	1	,042	1,380
total_x2	,374	,146	6,568	1	,010	1,454
total_x3	,389	,185	4,439	1	,035	1,476
total_x4	,405	,187	4,712	1	,030	1,500
total_x5	,388	,170	5,203	1	,023	1,474
Constant	-18,481	4,353	18,028	1	,000	,000

a. Variable(s) entered on step 1: total_x1, total_x2, total_x3, total_x4, total_x5.

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	56,214 ^a	,442	,641

a. Estimation terminated at iteration number 6 because parameter estimates changed by less than ,001.

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	9,401	8	,310

Classification Table^a

	Observed	Predicted	
		y	
		0	1
Step 1	0	19	7
	1	2	68
Overall Percentage			
			73,1
			97,1
			90,6

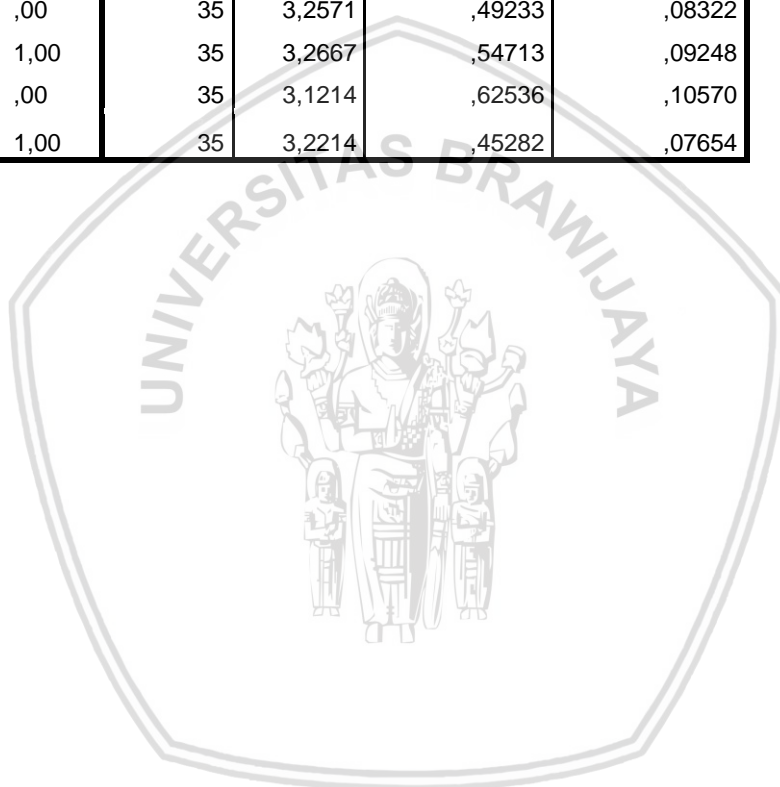
a. The cut value is ,500

Omnibus Tests of Model Coefficients

	Chi-square	df	Sig.
Step	55,930	5	,000
Step 1 Block	55,930	5	,000
Model	55,930	5	,000

Lampiran 12 : Hasil Uji *Independent T-Test*

Group Statistics					
	y	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
rata_x1	,00	35	3,1714	,44462	,07515
	1,00	35	2,9643	,63345	,10707
rata_x2	,00	35	3,1429	,47853	,08089
	1,00	35	3,0286	,67457	,11402
rata_x3	,00	35	3,2286	,50340	,08509
	1,00	35	3,3905	,53312	,09011
rata_x4	,00	35	3,2571	,49233	,08322
	1,00	35	3,2667	,54713	,09248
rata_x5	,00	35	3,1214	,62536	,10570
	1,00	35	3,2214	,45282	,07654



Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
rata_x1	Equal variances assumed	11,386	,001	1,583	68	,118	,20714	,13082	-,05390	,46818
	Equal variances not assumed			1,583	60,958	,118	,20714	,13082	-,05444	,46873
rata_x2	Equal variances assumed	7,342	,009	,817	68	,416	,11429	,13980	-,16468	,39325
	Equal variances not assumed			,817	61,305	,417	,11429	,13980	-,16523	,39380
rata_x3	Equal variances assumed	,005	,946	-1,306	68	,196	-,16190	,12394	-,40922	,08541
	Equal variances not assumed			-1,306	67,777	,196	-,16190	,12394	-,40924	,08543
rata_x4	Equal variances assumed	,360	,551	-,077	68	,939	-,00952	,12441	-,25778	,23874
	Equal variances not assumed			-,077	67,257	,939	-,00952	,12441	-,25783	,23878
rata_x5	Equal variances assumed	2,606	,111	-,766	68	,446	-,10000	,13051	-,36042	,16042
	Equal variances not assumed			-,766	61,965	,446	-,10000	,13051	-,36088	,16088